

Evaluation der Blauen Nacht 2013

Ausgewählte Ergebnisse aus schriftlichen, mündlichen und Onlineumfragen

Dr. Reinhard Wittenberg

Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Lehrstuhl für Soziologie und Empirische Sozialforschung
<http://www.sociologie.wiso.uni-erlangen.de/>

6. Dezember 2013

Nachfolgend werden ausgewählte Ergebnisse aus einem Forschungsprojekt zur Evaluation der „Blauen Nacht 2013“ in Nürnberg vorgestellt. Die Ergebnisse beruhen auf

- ▶ Onlineumfragen *vor* (n=1.377) und *nach* (n=452) der Blauen Nacht sowie
- ▶ schriftlichen (n=318) und mündlichen (n=165) Befragungen *während* der Blauen Nacht

mit insgesamt mehr als 2.300 Personen.

Die Resultate des Forschungsprojektes sollen dazu dienen, die als kulturelles und extravagantes Großereignis konzipierte Veranstaltung zukünftig an die Erwartungen ihrer Besucherinnen und Besucher (noch) besser anpassen und den Verkauf von Eintrittskarten weiter erhöhen zu können.

Untersuchungspopulation

Vor, während ...

Hinweg, Begleitung und Orientierung

Was ist die Blaue Nacht für die Besucher?

... und nach der Blauen Nacht 2013

Bewertung

Die Blaue Nacht – ein „Markenzeichen“?

Die Blaue Nacht im Kontext weiterer Kulturveranstaltungen

Fazit

Register- und Erhebungsstichprobe der Onlineumfragen

Lebensaltersgruppen	Registerstichprobe			Erhebungsstichprobe		
	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt
18–24	5,2	4,6	9,8	5,1	6,9	12,0
25–34	9,6	10,5	20,1	8,7	14,3	23,0
35–44	9,7	7,7	17,4	8,2	10,5	18,8
45–54	9,3	9,1	18,4	9,7	12,2	21,9
55–64	7,7	7,4	15,0	7,4	6,8	14,2
65–80	9,1	10,1	19,2	6,4	3,8	10,2
insg. (%)	50,7	49,3	100,0	45,5	54,5	100,0
insg. (N)	2.531	2.466	4.977	570	683	1.253

Tab. 1: Register- und Erhebungsstichprobe nach Alter und Geschlecht [Anzahl, TABELLENprozent]

Quellen: Einwohneramt der Stadt Nürnberg (Registerstichprobe); Evaluation Blaue Nacht 2013: Onlinebefragungen im Vorfeld; Feldzeit: 17.4.–4.5.2013 (Erhebungsstichprobe)

Unterschiede zwischen Registerstichprobe und den empirischen Erhebungen

Lebensaltersgruppen	Stichprobe %	Online $d_{\%}$	Ticketbesitzer $d_{\%}$	Flaneure $d_{\%}$
18–24	9,8	+2,2	+14,3	+25,6
25–34	20,1	+2,9	- 0,1	+ 4,9
35–44	17,4	+1,4	- 4,2	- 7,7
45–54	18,4	+3,5	+ 1,9	- 1,9
55–64	15,1	-0,9	- 1,2	- 8,4
65–80	19,2	-9,0	-10,7	-12,5
insgesamt	100,0	0,0	0,0	0,0
netto (n)	4.977	1.253	295	164
brutto (n)	5.000	1.377	318	165

Tab. 2: Prozentsatzdifferenzen zwischen Registerstichprobe und Onlinebefragten sowie Ticketbesitzern und Flaneuren [$d_{\%}$]

Quelle: Einwohneramt der Stadt Nürnberg (Registerstichprobe); Evaluation Blaue Nacht 2013: Onlinebefragungen im Vorfeld (Feldzeit: 17.4.–4.5.2013) sowie Karteninhaber- und Passantenbefragungen am 4.5.2013

Lebensalter der Besucher der Blauen Nacht 2013

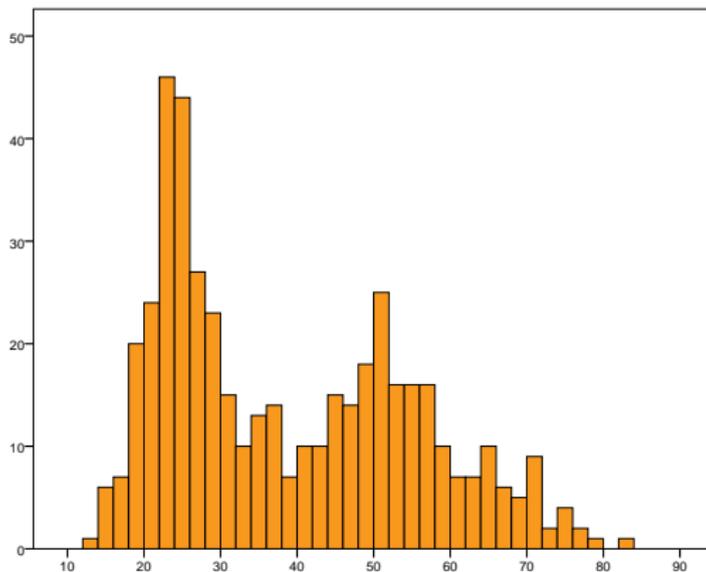


Abb. 1: Lebensalter der Besucher der Blauen Nacht 2013 [Anzahl; $m=38,4$, $s=16,3$]

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Befragungen während der Blauen Nacht am 4.5.2013 [n=461]

Befragtengruppen nach Schulabschluss

Befragtengruppe	Schulabschluss							
	HS		RS		Abitur		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Onlinebefragung	177	15,2	307	26,4	677	58,3	1.161	99,9
Karteninhaberbefragung	31	11,1	54	19,3	195	69,6	280	100,0
Passantenbefragung	17	11,3	36	24,0	97	64,7	150	100,0
insgesamt	225	14,1	397	25,0	969	60,9	1.591	100,0

Tab. 3: Befragtengruppen nach Schulabschluss

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013: Onlinebefragungen im Vorfeld (Feldzeit: 17.4. – 4.5.2013) sowie Karteninhaber- und Passantenbefragungen am 4.5.2013

Herkunft und Geschlechtszugehörigkeit der Besucher der Blauen Nacht 2013

regionale Herkunft	Befragungstypus					
	Karteninhaber		Passanten		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%
Auswärtige	134	70,5	56	29,5	190	100,0
Nürnberger	156	59,3	107	40,7	263	100,0
insgesamt	290	64,0	163	36,0	453	100,0

Tab. 4: Besucher der Blauen Nacht 2013 nach regionaler Herkunft [Postleitzahlen]

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Befragungen während der Blauen Nacht am 4.5.2013

- ▶ 61,5 Prozent sind weiblich, 38,5 Prozent entsprechend männlich
- ▶ 94,8 Prozent haben die deutsche, 5,2 Prozent entsprechend eine andere Staatsangehörigkeit

Der Weg zur Blauen Nacht 2013

Verkehrsmittel	n	%a	%b
Öffentliche Verkehrsmittel (inkl. Park+Ride und Bike+Ride)	232	51,0	51,4
zu Fuß	78	17,1	17,3
Pkw/Motorrad/Roller als Fahrer	64	14,1	14,2
Fahrrad	45	9,9	10,0
Pkw/Motorrad/Roller als Mitfahrer	30	6,6	6,7
Reisebus	5	1,1	1,1
Taxi	1	0,2	0,2
Nennungen insgesamt	455	100,0	100,9
Nennungen pro Person	1,1		
%a: bezogen auf n=455 Nennungen			
%b: bezogen auf n=451 Befragte, die mindestens ein Verkehrsmittel benannt haben			

Tab. 5: „Mit welchen Verkehrsmitteln sind Sie angereist?“

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Befragungen während der Blauen Nacht am 4.5.2013

- ▶ Fast zwei Drittel der Besucher der Blauen Nacht 2013 – genau 64,3 Prozent – wären „eher bereit, Geld für das Ticket auszugeben, wenn mit dem Ticketkauf zur Blauen Nacht eine kostenlose Nutzung des Öffentlichen Nahverkehrs verbunden wäre“.

Begleitung während der Blauen Nacht 2013

Begleitung	n	%a	%b
ohne Begleitung	31	5,6	6,8
Freunde	220	39,9	48,1
Partner	179	32,4	39,1
(andere) Verwandte	45	8,2	9,8
Kinder	36	6,5	7,9
Arbeitskollegen	25	4,5	5,5
mit anderen Personen	13	2,4	2,8
mit einer Reisegruppe	3	0,5	0,7
Nennungen insgesamt	552	100,0	120,7
Nennungen pro Person	1,2		
keine Angabe	26	5,4	

%a: bezogen auf n=552 Nennungen

%b: bezogen auf n=457 Befragte, die auf der Blauen Nacht
 unterwegs waren und geantwortet haben

Tab. 6: „Mit wem besuchen Sie dieses Jahr die Blaue Nacht?“

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Befragungen während der Blauen Nacht am 4.5.2013

Orientierung während der Blauen Nacht 2013

Ich...	n	%a	%b
entscheide mich spontan	196	33,4	43,5
lasse mich durch die Blaue Nacht treiben	159	27,1	35,3
plane vorher mein Programm	136	23,2	30,2
orientiere mich an den Vorschlägen meiner Begleitung	96	16,4	21,3
Nennungen insgesamt	587	100,1	130,2
Nennungen pro Person	1,3		
keine Angabe	32	6,6	

%a: bezogen auf n=587 Nennungen
%b: bezogen auf n=451 Befragte, die auf der Blauen Nacht unterwegs waren und geantwortet haben

Tab. 7: „Was trifft auf Sie zu, wenn Sie zur Blauen Nacht gehen?“

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Befragungen während der Blauen Nacht am 4.5.2013

Wichtigkeit verschiedener Aspekte der Blauen Nacht

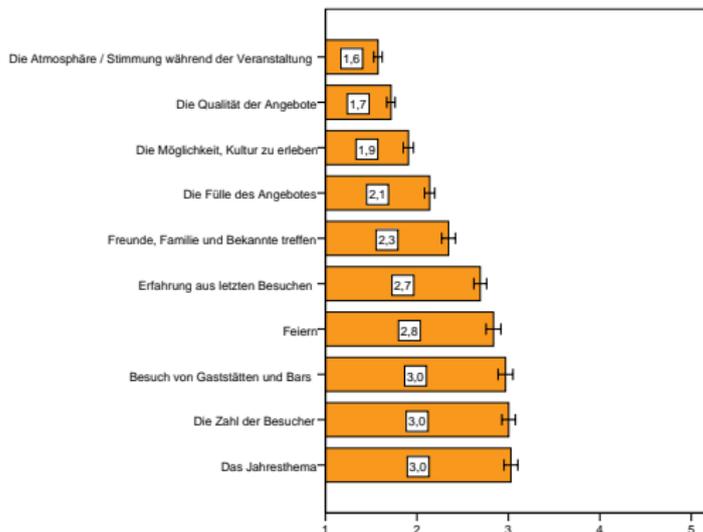


Abb. 2: „Wie ist das bei Ihnen? Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte der Blauen Nacht?“ [Mittelwerte, Streuungen]

Ratingskalen von 1 = „äußerst wichtig“ bis 5 = „äußerst unwichtig“

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Onlinebefragungen im Vorfeld; Feldzeit: 17.4. – 4.5.2013 [n=616–710]

Was ist die Blaue Nacht aus Sicht der Befragten?

Bedeutung	n	%
eine kulturelle Veranstaltung	677	55,8
eine Party, ein Stadtfest	246	20,3
eine Stadterkundung	121	10,0
Treffen mit Bekannten, Freunden	114	9,4
ein Familienausflug	46	3,8
ein (berufl.) Pflichttermin	10	0,8
insgesamt	1.214	100,0

Tab. 8: „Was ist die Blaue Nacht für Sie am ehesten?“

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Onlinebefragungen im Vorfeld; Feldzeit: 17.4. – 4.5.2013

Kartenkäufer und Flaneure unterscheiden sich diesbezüglich statistisch höchst signifikant voneinander:

- ▶ Für 62 Prozent der Kartenkäufer, aber nur für 46 Prozent der Flaneure ist die Blaue Nacht insbesondere eine kulturelle Veranstaltung.
- ▶ Für 26 Prozent der Flaneure, aber nur für 17 Prozent der Kartenkäufer ist die Blaue Nacht hingegen vor allem eine Party/ein Stadtfest.

Essentials der Blauen Nacht 2013

Unverzichtbar...	n	%a	%b
ist die Projektion an die Kaiserburg	345	20,7	77,4
sind die blauen Laternen	250	15,0	56,1
ist das Programm auf dem Hauptmarkt	247	14,8	55,4
ist die Gelegenheit, ungewöhnliche oder mir unbekannte Orte kennenzulernen	214	12,8	48,0
ist das Programm der beteiligten Kunst- und Kultureinrichtungen	175	10,5	39,2
sind die vielen Besucher/-innen	120	7,2	26,9
ist das „Late Night“-Programm	113	6,8	25,3
sind die „Mobile Zeit(en)“	80	4,8	17,9
ist der Blaue Nacht-Kunstwettbewerb	64	3,8	14,3
ist das Kinder- und Familienprogramm	60	3,6	13,5
Nennungen insgesamt	1.668	100,0	374,0
Nennungen pro Person	3,7		
keine Angabe	37	7,7	

%a: bezogen auf 1.668 Nennungen

%b: bezogen auf 446 Befragte, die auf der Blauen Nacht unterwegs waren und geantwortet haben

Tab. 9: „Was gehört für Sie unverzichtbar zur Blauen Nacht?“ [Mehrfachangaben]

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Befragungen während der Blauen Nacht am 4.5.2013

Die 15 meistbesuchten Veranstaltungen während der Blauen Nacht 2013

Veranstaltungsorte & Veranstaltungen	n	m	s
Hauptmarkt: „Der Phantastonaut“	76	3,7	3,1
Kaiserburg: Nürnberger Künstler setzen die Burg ins rechte Licht	64	3,6	3,0
Lessingstraße und Museumsgebäude: KulturVIEReck Lessingstraße	33	3,5	3,4
Germanisches Nationalmuseum/Ehrenhalle: OKTAKTUM	27	5,1	3,7
Rathaus Wolffscher Bau: in between spaces	25	6,6	2,7
Rathaus Wolffscher Bau: Fliegen lernen	25	7,2	3,3
Neues Museum: Good Vibrations	23	6,1	4,0
Frauenkirche: „Oase der Stille“: Auf dem Weg zum Himmel	22	6,3	4,0
Rathaus Wolffscher Bau: „GMT + Container“	21	9,4	3,3
St. Lorenz: Oase der Stille: Der Stille Raum	21	5,4	3,1
Germanisches Nationalmuseum: Von himmlischen Heiligen ...	20	4,7	3,7
Nürnberger Hauptbahnhof: „Pioniere der Lüfte“ ...	20	6,4	3,0
Künstlerhaus im KKQ: Kaleidoskop KunstKulturQuartier	19	4,8	3,6
Hof Deutsche Rentenversicherung/Arbeitsamt: WHISTLE B331	19	3,3	3,6
CVJM & Treppenhaus Lounge: Himmelsstürmer und Bruchpiloten	19	6,6	4,0
(Angaben überhaupt)	772	6,3	3,7

Tab. 10: „Welche dieser Programmpunkte haben Sie während der Blauen Nacht besucht?“ und „Versuchen Sie bitte, die Veranstaltungen so zu ordnen, dass die beste Veranstaltung ganz oben steht, und die Veranstaltung, die Ihnen am wenigsten gefallen hat, ganz unten“ [Anzahl der Nennungen, gemittelte Rangplätze, Streuung]

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Online-Nachbefragung; Feldzeit vom 5.5.–4.6.2013

Bewertung früherer Blauer Nächte

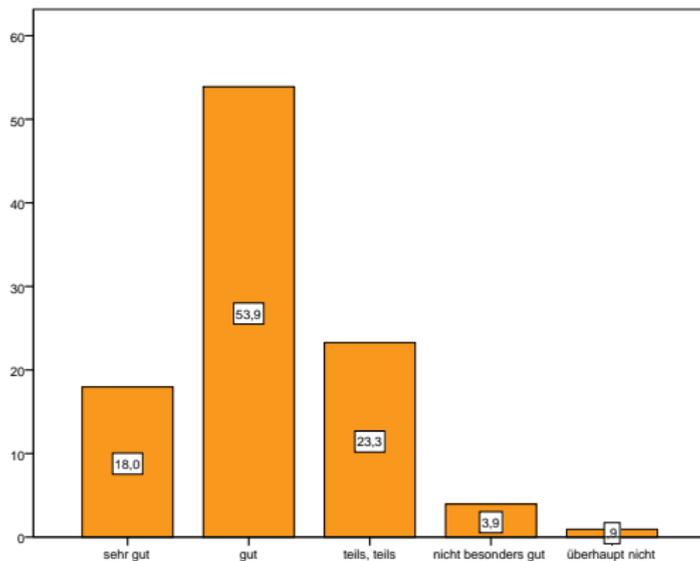


Abb. 3: „Ganz allgemein: Wie gefiel Ihnen die Blaue Nacht in der Vergangenheit?“ [in Prozent]
Ratingskala von 1 = „sehr gut“ bis 5 = „überhaupt nicht“

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Onlinebefragungen im Vorfeld; Feldzeit: 17.4. – 4.5.2013 [n=963]

Bewertung der Blauen Nacht 2013

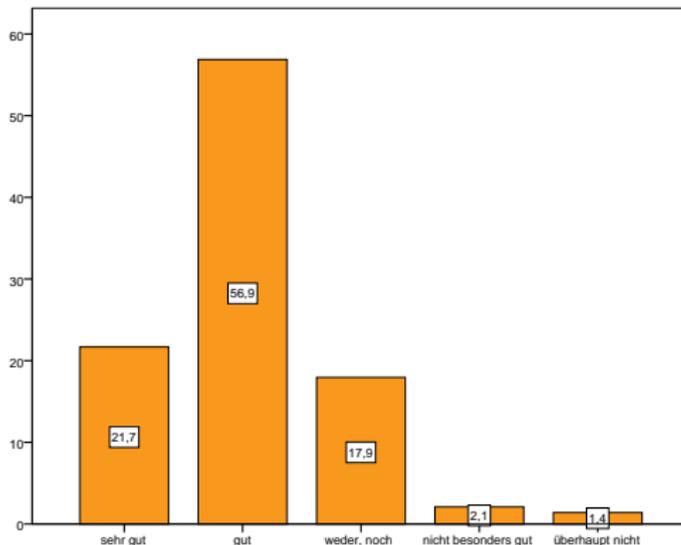


Abb. 4: „Ganz allgemein: Wie gefällt Ihnen die Blaue Nacht bis jetzt?“ [Prozent]

Ratingskala von 1 = „sehr gut“ bis 5 = „überhaupt nicht“

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Befragungen während der Blauen Nacht am 4.5.2013 [n=429]

Die Blaue Nacht als „Markenzeichen“ und Verweildauer auf der Blauen Nacht 2013

Die sehr positive Bewertung der Blauen Nacht korrespondiert in hohem Maße mit der Antwort auf unsere Fragen nach dem „Markenzeichen“ und der „Verweildauer“:

▶ „Markenzeichen“

- ▶ 82,9 Prozent der Besucher bejahen die Frage: „Würden Sie sagen, die Blaue Nacht ist mittlerweile ein ‚Markenzeichen‘, unverwechselbar verknüpft mit Nürnberg?“
- ▶ Frauen und Männer, Karteninhaber und „Flanierer“ sind sich diesbezüglich – wiederum – fast völlig einig, Lebensaltersgruppen hingegen uneinig: Ältere Jahrgänge votieren statistisch signifikant häufiger für den „brand name“ als jüngere.

▶ „Verweildauer“

- ▶ 30,4 Prozent bis maximal drei Stunden
- ▶ 24,6 Prozent zwischen drei und vier Stunden
- ▶ 45,0 Prozent vier Stunden und länger

Blaue Nacht: Zukünftiger Besuch und Kartenkauf

Als durchaus positiv erweisen sich auch die Antworten auf die Fragen nach einem zukünftigen Besuch der Blauen Nacht und nach der Bereitschaft, dafür ein Ticket zu erwerben.

- ▶ „Werden Sie die Blaue Nacht das nächste Jahr besuchen?“
 - ▶ „ja“ sagen 74,7 Prozent
 - ▶ „nein“ geben 5,2 Prozent an
 - ▶ „unentschieden“ sind 20,1 Prozent
- ▶ Falls die Befragten die Blaue Nacht 2014 besuchen wollen: „Werden Sie voraussichtlich nächstes Jahr eine Karte kaufen?“
 - ▶ „ja“ sagen 58,2 Prozent
 - ▶ „nein“ geben 15,0 Prozent an
 - ▶ „unentschieden“ sind 26,8 Prozent

Kartenkäufer sind am ehesten dadurch gekennzeichnet, dass sie

- ▶ die Blaue Nacht als kulturelle Veranstaltung verstehen,
- ▶ zwischen 45 und 54 Jahren alt sind,
- ▶ weiblich sind,
- ▶ die Blaue Nacht in Begleitung besuchen,

und dass sie

- ▶ über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 2.500 Euro und mehr verfügen.

Am stärksten wird die Wahrscheinlichkeit eines Kartenkaufs durch die Wahrnehmung der Blauen Nacht als einer „kulturellen“ Veranstaltung bestimmt.

Präferenzen für ausgewählte kulturelle Großveranstaltungen

gegenüber ...	Zahl der Bevorzugungen von ...				
	Blaue Nacht	Klassik Open Air	Bardentreffen	Rock im Park	Stadt(ver)-führungen
Blaue Nacht	—	578	734	418	419
Klassik Open Air	644	—	666	453	489
Bardentreffen	480	540	—	388	344
Rock im Park	803	752	803	—	674
Stadt(ver)führungen	783	703	850	513	—
insgesamt	2.710	2.573	3.053	1.772	1.926
Rang	2.	3.	1.	5.	4.

Tab. 11: „In der Öffentlichkeit wird viel über Kulturveranstaltungen in Nürnberg gesprochen, die wegen der angespannten Finanzlage vielleicht zukünftig nicht alle verwirklicht werden können. Wir zeigen Ihnen nachfolgend jeweils Paare von zwei Kulturveranstaltungen. Bitte klicken Sie an, welche der beiden Veranstaltungen Ihnen jeweils wichtiger ist.“

Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Onlinebefragungen im Vorfeld; Feldzeit: 17.4.–4.5.2013 [n=12.034 Wahlen]

Generell präferierte Veranstaltungen und Veranstaltungsorte in Nürnberg

Veranstaltungen & V.-orte	Faktorladungen			Kenntnis & Besuch		
	I.	II.	III.	n	m	s
Schauspielhaus/Kammerspiele	.761			1.178	2,8	1,0
Neues Museum	.723			1.188	2,6	1,0
Oper	.723		-.004	1.194	2,9	1,0
Stadtmuseum Fembohaus	.701			1.178	2,4	1,0
Gostner Hoftheater	.700			1.147	2,0	0,9
Germanisches Nationalmuseum	.598		-.172	1.237	3,3	0,8
Burgtheater	.570			1.151	2,0	0,8
Tassilotherater	.558			1.146	1,8	1,1
KunstKulturQuartier	.533		-.158	1.112	1,9	1,1
Theater „Die Pfütze“	.520			1.158	2,1	0,9
Internationale Orgelwoche	.505		-.022	1.158	1,7	0,8
Bardentreffen	.476		.412	1.208	3,2	1,0
Stadt(ver)führungen	.468		.404	1.172	2,4	0,9
Klassik-Open-Air	.434			1.197	2,8	1,0
Volksfest am Dutzendteich	-.066		.749	1.222	3,5	0,8
Altstadtfest			.725	1.233	3,5	0,8
Kirchweihen/Straßenfeste			.644	1.196	3,4	0,9
Planetarium			.548	1.196	3,0	0,9
Silvestival			.666	1.145	1,6	0,6
Rock im Park			.650	1.168	2,4	0,8
Norisingrennen			.605	1.171	2,3	0,8
Heimspiele von Sportmannschaften			.568	1.162	2,6	1,1

Tab. 12: Besuchte Veranstaltungen und Veranstaltungsorte [Ergebnisse einer explorativen Faktorenanalyse]
 Kodierungen für „Kenntnis & Besuch“: 1=„kenne ich nicht“, 2=„kenne ich, habe ich aber noch nicht besucht“,
 3=„einmal besucht“, 4=„mehrmals besucht“; n=Anzahl der Befragten, m=Mittelwert, s=Streuung
 Quelle: Evaluation Blaue Nacht 2013; Onlinebefragungen im Vorfeld; Feldzeit: 17.4. – 4.5.2013

Fazit: Nürnberg „steht“ zum Projekt Blaue Nacht!

- ▶ Eine ambitionierte, spektakuläre und große Veranstaltung wie die Blaue Nacht in Nürnberg muss unterschiedliche, z. T. konträre Reaktionen in der Bevölkerung hervorrufen. Dies war schon 2009 und ist auch 2013 der Fall. Es allen Recht zu machen, ist undenkbar, schon gar nicht bei einem Ereignis dieses Umfangs.
- ▶ Um so erstaunlicher – und **für** das Konzept und die Umsetzung des aktuellen Projektes Blaue Nacht sprechend – ist es, dass rund 92 Prozent aller Befragten die Blaue Nacht kennen und 80 Prozent ihrer Besucher die Blaue Nacht 2013 als „sehr gut“ bzw. „gut“ bewerten – und sie zudem zu einem „Nürnberger Markenzeichen“ küren.
- ▶ 60 Prozent der Befragten haben Abitur oder (Fach-) Hochschulreife, 20 Prozent einen mittleren Schulabschluss.
- ▶ 58 Prozent der Besucher/innen kommen aus Nürnberg, 42 Prozent aus der Region oder aus anderen Teilen Deutschlands sowie aus dem Ausland.
- ▶ 55 Prozent verbringen drei bis vier Stunden, 45 Prozent sogar noch mehr Zeit in der Blauen Nacht.
- ▶ Blaue-Nacht-Besucher/innen sind generell kulturinteressiert (Besuche anderer Kulturveranstaltungen und -orte).
- ▶ Die Blaue Nacht ist ein Ereignis, dass man gemeinsam mit anderen (mit Partner/in, Familie, Freunden/innen) erlebt.
- ▶ Die Befragungen von rund 2.300 Personen zeigen: Nürnberg – und seine Besucher – „stehen“ zum Projekt Blaue Nacht!

Lob & Kritik an der Blauen Nacht sowie Verbesserungsvorschläge

Lob & Kritik bewegen sich zwischen diesen beiden Extremen:

- ▶ „Die blaue Nacht gehört zu Nürnberg wie der Christkindlesmarkt“
- ▶ „Die Veranstaltung ist unnötig wie ein Kropf“

Generelle Vorschläge zur Verbesserung der Blauen Nacht:

- ▶ Räumliche, insbesondere aber zeitliche Ausdehnung/Erweiterung der Blauen Nacht
- ▶ Terminverschiebung in den Sommer
- ▶ Keine Reduzierung der „freien“ Angebote

Spezielle Vorschläge zur Verbesserung der Blauen Nacht:

- ▶ Stärkere Betonung der Farbe „Blau“, z. B. durch die Wahl „blauer Klamotten“ seitens der Besucher
- ▶ Mehr freie Stände mit Speisen- und Getränkeangeboten
- ▶ Verbesserung der Informationsinfrastruktur

Dank für Ihre Aufmerksamkeit! Fragen? – Anmerkungen?

Der ausführliche Forschungsbericht zur Evaluation der Blauen Nacht 2013 kann hier herunter geladen werden:

<http://www.sozioogie.wiso.uni-erlangen.de/>