



LANDESHAUPTSTADT

Wiesbadener Stadtanalysen



Die Caligari FilmBühne in der Publikumswertung 2020

WInfo
DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

WIESBADEN
Amt für Statistik
und Stadtforschung

www.wiesbaden.de

Herausgeber

Landeshauptstadt Wiesbaden
Amt für Statistik und Stadtforschung
Wilhelmstraße 32, 65183 Wiesbaden
ISSN: 0949-5983
Auflage 60
- August 2020

Bezug

Amt für Statistik und Stadtforschung
Information & Dokumentation
Postfach 39 20, 65029 Wiesbaden

Tel.: 0611 31-5434
Fax: 0611 31-3962
E-Mail: dokumentation@wiesbaden.de
Internet: www.wiesbaden.de/statistik

Fotos

Kulturamt, exground filmfest, Martin Ohnesorge,
goEast, Barbara Staubach

Druckerei

Druck-Center der Landeshauptstadt Wiesbaden

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung, auch auszugsweise nur mit Quellenangabe gestattet und mit der Bitte um ein Belegexemplar.

Für gewerbliche Zwecke ist es grundsätzlich nicht gestattet diese Veröffentlichung oder Teile daraus zu vervielfältigen, auf Mikrofilm/-fiche zu verfilmen oder in elektronische Systeme zu speichern.

1	Ergebnisse in Kürze	1
2	Hintergrund und Methode	5
3	Ergebnisse	10
3.1	Wer besucht die Caligari FilmBühne?	10
3.2	Besuchsverhalten, -motive und Vorlieben	19
3.3	Bewertungen und Wünsche	40
3.3.1	Gesamtbewertung	40
3.3.2	Stärken und Besonderheiten aus Publikumssicht	41
3.3.3	Zufriedenheit mit verschiedenen Punkten	45
3.3.4	Gründe für Unzufriedenheit	49
3.3.5	Verbesserungsvorschläge	51
4	Fazit und Ausblick	56

ANHANG

Verzeichnis der Tabellen und Bilder

Seite

Tab. 1:	Steckbrief der Publikumsbefragung 2020	7
Tab. 2:	Stichprobe und Beteiligung an der Publikumsbefragung nach Filmgenre, Wochentag und Spielzeit	9
Bild 1:	Zusammensetzung des Caligari-Publikums nach Geschlecht	11
Bild 2:	Altersstruktur des Caligari-Publikums	12
Bild 3:	Wohnsituation / Haushaltssituation der Besucher/-innen	14
Bild 4:	Bildungshintergrund des Caligari-Publikums	16
Bild 5:	Einkommenssituation der Besucher/-innen	17
Bild 6:	Woher kommen die Besucher/-innen ins Caligari? Übersicht nach Postleitzahlen	20
Bild 7:	Im Zeitvergleich: Herkunft der Caligari-Besucher/-innen	21
Bild 8:	Wie kommt das Publikum zur Caligari FilmBühne?	22
Bild 9:	Häufigkeit des Kinobesuchs im Vergleich zu 2006	23
Bild 10:	Besuchshäufigkeit nach Altersgruppen	24
Bild 11:	Besuchshäufigkeit nach Wohnsituation.....	25
Bild 12:	Mit wem geht man ins Caligari?	26
Bild 13:	Gute Gründe für den Besuch im Caligari	27
Bild 14:	Die beliebtesten Film-Genres der Zuschauer/-innen	28
Bild 15:	Bevorzugte Genres nach Besuchshäufigkeit	29
Bild 16:	Bevorzugte Sprachfassung im Vergleich zu 2006	30
Bild 17:	Bekanntheit der Caligari-Festivals	32
Bild 18:	Nutzung alternativer Filmangebote	34
Bild 19:	Informationen zum Caligari-Programm	35
Bild 20:	Zufriedenheit mit den Vorverkaufsmöglichkeiten ..	38
Bild 21:	Nutzung der Bar nach Besuchshäufigkeit	39
Bild 22:	Gesamtbewertung der Caligari FilmBühne	40
Tab. 3:	Was gefällt an der Caligari FilmBühne besonders gut? Lob aus Sicht der Besucher/-innen für die Caligari FilmBühne	43
Tab. 4:	Ein Gedankenspiel: Was würde die Schließung des Caligari bedeuten?	44
Bild 23:	Zufriedenheit des Caligari-Publikums mit verschiedenen Punkten	46
Bild 24:	Zufriedenheit mit Einzelaspekten im Vergleich zu 2006	48
Tab. 5:	Was stört?	50
Tab. 6:	Verbesserungsvorschläge zur Caligari FilmBühne	54

1 Ergebnisse in Kürze

Wer besucht die Caligari FilmBühne und wie bewertet das Publikum das Angebot des kommunalen Kinos? Gibt es aus Sicht der Besucherschaft etwas zu verbessern? Ergebnisse zu diesen Fragen liefert eine Befragung, bei der sich im Februar 2020 an zehn ausgewählten Spieltagen gut 1 300 Besucherinnen und Besucher beteiligt haben. Konzipiert und durchgeführt wurde die Umfrage im Auftrag des Kulturamtes vom Amt für Statistik und Stadtforschung der Landeshauptstadt Wiesbaden.

*Wer besucht
die Caligari FilmBühne?*

Die Caligari FilmBühne hat einen hohen Anteil Stammpublikum: 13 % gaben an, einmal oder sogar mehrmals pro Woche dort zu sein. Dieser Anteil hat sich im Vergleich zu 2006 nicht verändert. Nur knapp 20 % der Befragten kommen seltener als drei- bis achtmal im Jahr dorthin oder waren zum Befragungszeitpunkt erstmals dort.

Die „typische“ Besucherin / der „typische“ Besucher der Caligari FilmBühne ist weiblich, ab fünfzig Jahre alt und Akademiker/-in (53 %), berufstätig (42 % in Voll-, 19 % in Teilzeit) oder bereits im Ruhestand (30 %) und lebt in einem Paarhaushalt oder alleine. Knapp ein Drittel wohnt in der Wiesbadener Innenstadt, rund 40 % in einem anderen Teil der Stadt, 29 % kommen von außerhalb. Auch wenn viele im Publikum bereits im Rentenalter sind, ist die Einkommenssituation zumeist gut: Etwa 30 % der Befragten geben an, über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 3.500 € oder mehr zu verfügen, während 12 % - zumeist Jüngere - mit bis zu 1.500 € auskommen müssen. Menschen mit Migrationshintergrund sind - wie häufig in etablierten Kultureinrichtungen - vergleichsweise seltener dort anzutreffen als im Gesamtschnitt der Wiesbadener Bevölkerung ab 18 Jahren.

*Wer ist das besonders
treue Stammpublikum?*

Je nach konkretem Filmangebot und Spielzeit werden jedoch mehr oder weniger stark davon abweichende Besuchergruppen angetroffen. Die besonders treuen wöchentlichen Caligari-Gänger/-innen weisen hinsichtlich der meisten Merkmale ein noch markanteres Profil auf, mit

noch mehr Personen, die bereits im Ruhestand (45 %) und damit älter sind (23 % 70 plus, 39 % zwischen 60 und 69 Jahren), mehr Alleinlebenden (51 %) und einem merklich höheren Anteil von direkt in der Wiesbadener Innenstadt wohnenden Gästen (45 %). Hinsichtlich Bildungsabschluss und Einkommen unterscheidet sich diese Gruppe aber nicht vom Gesamtschnitt der Besucherschaft.

*Wie gestaltet sich
ein „typischer“ Caligari-Besuch?*

Für den „typischen“ Caligari-Besuch wird zu 51 % der ÖPNV genutzt (zu einem Drittel das Auto) um das Kino zu erreichen. Für 36 % ist der Besuch einer von 3 bis 8 Besuchen im Jahr und wird zusammen mit dem/der Partner/-in (47 %) oder mit Freunden bzw. Bekannten (45 %) gemacht. 57 % möchten sich einen bestimmten Film ansehen, für 38 % ist es wichtig, etwas mit Freund/-en oder Partner/-in zu unternehmen. Ausgesucht wurde wahrscheinlich ein Spielfilm (83 %) in deutscher Fassung bzw. synchronisiert (54 %). Die Informationen im Vorfeld des Besuches wurden zumeist dem gedruckten Programmheft entnommen (67 %), das von der Auslage am Caligari mitgenommen worden ist. Das Ticket dazu wurde von den meisten Besucher/-innen am Befragungstag oder bei einem früheren Besuch im Vorverkauf erworben (72 %), zumeist online oder an der Caligari-Kasse. Abgerundet wird der Kinoabend mit einem Besuch der Bar (58 %).

*Festivals und andere
kinobezogene Aktivitäten*

Wer häufig im Caligari zu Besuch ist, kennt zumeist auch die dort stattfindenden Festivals. 50 % der Befragten haben bisher mindestens einmal eines der Festivals tatsächlich besucht. Am bekanntesten und am häufigsten besucht sind das exground-filmfest und das goEast-Festival.

Die Wiesbadener Cineplex-Kinos sind die insgesamt am häufigsten genutzte Alternative zum Caligari. Das Murnau-Filmtheater ist bei Stammgästen beliebt, seltene Besucher/-innen nutzen eher Streaming-Angebote oder schauen Filme auf Blu-Ray oder DVD.

*Die FilmBühne
in der Publikumswertung*

Das Publikum der Caligari FilmBühne ist überwiegend hochzufrieden mit „seinem“ Kino und vergibt fast nur gute Noten. Die bereits sehr gute Bewertung von 2006 wird damit gehalten und in Teilen sogar noch übertroffen.

*Was ist aus Sicht des Publikums
besonders gut am Angebot
der Caligari FilmBühne?*

Die wichtigsten Stärken des Caligari: Ambiente und Atmosphäre, Filmangebot, -auswahl und die große cineastische Vielfalt. Auch die Bestuhlung bzw. Sitzplatzanordnung und der Saal sowie das Gebäude mit seiner Architektur an sich gefallen. Für viele Befragte ist das Caligari ein sehr wichtiger Bestandteil des kulturellen Lebens in Wiesbaden. Entsprechend betroffen zeigt sich das Publikum hinsichtlich einer fiktiven Schließung des Caligari: Eine sehr große Mehrheit sähe darin einen großen (Kultur-)Verlust für die Stadt Wiesbaden bzw. die Kultur an sich. Für viele Besucher/-innen wäre die Schließung auch ein großer persönlicher Verlust.

*Bedeutende Kulturstätte
in Wiesbaden*

*Womit sind die Besucherinnen
und Besucher unzufrieden?
Wer ist eher unzufrieden?
Was könnte / sollte verändert
werden?*

Auch die skalierte Bewertung mehrerer Service-Aspekte fördert keine merklichen „Schwächen“ zutage und nur wenige unzufriedene Urteile. Lediglich Abstufungen im Ausmaß der Zufriedenheit sind erkennbar. Am „schwächsten“ bewertet werden die Wartezeit an der Kasse sowie das Sortiment an Snacks und auch der Getränke an der Bar. Im Vergleich zu den bereits ausgesprochen positiven Bewertungen von 2006 konnten sich einige Punkte noch weiter verbessern, etwa die Atmosphäre allgemein oder auch das „Kernangebot“ - die Filmauswahl. Auch das Thema Vorverkaufsmöglichkeit, das durch die Einführung des neuen Ticketsystems im letzten Jahr von deutlichen Änderungen betroffen war, wird überwiegend gut bis sehr gut bewertet, weniger als 10 % der Befragten sind damit nur teils oder überhaupt nicht zufrieden.

Gleichwohl sind Vorverkauf und Wartezeit an der Kasse die Themen, die mit am häufigsten von den Befragten selbst aufgegriffen werden, wenn es um mögliche Verbesserungen geht. Bezogen auf die Gesamtzahl der Befragten handelt es sich hierbei jedoch um eine kleine Minderheit im Publikum. Ein weiterer Schwerpunkt der Verbesserungswünsche betrifft das Angebot der Bar sowie das

Filmangebot. Bei letzterem gilt jedoch ebenfalls, dass hier keine „Grundsatzkritik“ erkennbar wird, sondern viele Wünsche im Sinne einer Weiterführung des anspruchsvollen und ausdifferenzierten Angebots des Wiesbadener kommunalen Kinos gesehen werden können.

Veränderungen seit 2006

- *Publikumsstruktur*

Im Vergleich zur Publikumsbefragung 2006 hat sich die Struktur der Besucherschaft kaum erkennbar verändert. Am auffälligsten ist ein nochmals geringerer Anteil Befragter unter 30 Jahren und höherer Anteil im Ruhestand. Zum Teil könnte dies auf eine Ausweitung der Spielzeiten zurückzuführen sein – mittlerweile finden an jedem Abend neben der „klassischen Primetime“ auch um 17:30 bzw. 18:00 Uhr Vorführungen statt, die üblicherweise stärker von Älteren besucht werden. Daneben wirkt hier aber wohl auch ein weiterer „Alterungseffekt“: Das Stammpublikum ist im Laufe der Zeit gealtert und dem Caligari treu geblieben, während wenig jüngerer Publikum neu dazu kam.

- *Besuchsverhalten und Vorlieben*

Ähnlich wie 2006 kommen knapp 30 % der Besucher/-innen von außerhalb Wiesbadens, aktuell jedoch deutlich weniger aus der Innenstadt als aus anderen Stadtteilen. Unverändert bei 13 % liegt der Anteil Stammgäste, die mindestens einmal im Monat im Caligari anzutreffen sind. Gestiegen ist der Anteil derer, die mindestens dreimal im Jahr da sind (67 %), entsprechend gesunken der Anteil der seltenen Besucher/-innen und der Neulinge (20 %). Gegenüber 2006 konnten insbesondere Komödien und Krimis zusätzliches Interesse gewinnen. Kurzfilme, Stummfilme und Autorenfilme haben an Zuspruch eingebüßt. Die deutsche bzw. synchronisierte Fassung ist mit 54 % beliebter als 2006 (43 %), die Originalversion mit Untertiteln kann nur noch 20 % (2006: 27 %) begeistern. Nach wie vor ist das gedruckte Programmheft die wichtigste Informationsquelle, hat aber gegenüber 2006 an Bedeutung verloren (82 % zu 67 %), während online bereitstehende Quellen wichtiger geworden sind. Ähnlich viele Kinobesucher/-innen wie 2006 besuchen die Bar.

2 Hintergrund und Methode

Die Caligari FilmBühne wird seit 1990 in kommunaler Regie als Filmtheater geführt. Im Unterschied zu gewerblichen Kinos erfüllt es einen Bildungsauftrag. Es präsentiert besondere Filme wie Dokumentar- und Experimentalfilme oder Stummfilme mit Live-Musikbegleitung. In Kooperation mit Filmarchiven, anderen Kultureinrichtungen und sozialen Initiativen werden aktuelle Themen aufgegriffen, thematische Filmreihen oder Regiebesuche geboten aber auch Filmgeschichte lebendig gehalten. Mit dem Schul- und Kinderkinoangebot wird der Nachwuchs an die Filmkultur herangeführt.

Zur Unterstützung der Planungen hat das Kulturamt der Landeshauptstadt Wiesbaden das Amt für Statistik und Stadtforschung beauftragt, im Februar 2020 eine Publikumsbefragung durchzuführen. Bereits 2006 hatten beide Ämter in einem Kooperationsprojekt die Besucherinnen und Besucher in vergleichbarer Weise befragt. Seitdem haben sich einige Rahmenbedingungen verändert.

Nach einer Neugestaltung des Hauses im Jahr 2000 und schrittweisem Ausbau des Programms haben sich die Besucher- und Auslastungszahlen viele Jahre mit ansteigendem Trend entwickelt. Die Spielzeiten wurden weiter ausgedehnt auf täglich zwei Vorstellungen. Seit einem vorläufigen „Maximum“ in 2013 haben sich die Besuchszahlen nun zuletzt auf recht gleichbleibendem Niveau eingependelt (s. Bild 1A im Anhang). Mit dem Vordringen der digitalen Medien und einem sich wandelnden Mediennutzungs- und Informationsverhalten (Stichworte: Streaming-Dienste, Social Media) verändern sich auch die Erwartungen an das Angebot und die Bedeutung des Kinos als Veranstaltungsort. Seit Mitte 2019 besteht für die Caligari FilmBühne neben den bisherigen Vorverkaufskanälen die Möglichkeit, Plätze über ein Online-Ticketing-System auszusuchen und Tickets zu kaufen. Auch hierzu sind aktuelle Informationen, Nutzererfahrungen und Wünsche von Interesse.

In der Wiesbadener Kulturlandschaft stellt die Caligari FilmBühne ein Angebot dar, das eine hohe Bekanntheit erreicht: Über 60 % der erwachsenen Wiesbadener Bevölkerung kennen sie, etwa die Hälfte davon hat sie innerhalb der letzten zwölf Monate mindestens einmal besucht.¹ In cineastischen Kreisen reicht das Renommee des kommunal betriebenen Kinos weit über die Landeshauptstadt hinaus, zusammengefasst in Volker Schlöndorffs Zitat „ein Juwel unter den deutschen Lichtspielhäusern“.


Die vorliegende Publikumsbefragung liefert ein aktuelles Bild darüber, wie das Publikum die Caligari FilmBühne hinsichtlich verschiedener Punkte bewertet, wie sich die Besucherschaft zusammensetzt und welche Veränderungen es in Publikumsstruktur und -bewertung möglicherweise gab.

Einen Überblick über das Studiendesign gibt Tab. 1. Die Publikumsbefragung fand an zehn ausgewählten Kinoabenden im Februar 2020 statt. Die Besucherinnen und Besucher von insgesamt 20 Filmvorführungen wurden vor bzw. direkt nach dem Filmbesuch von Erhebungshelferinnen im Foyer angesprochen. Die Befragten konnten den Fragebogen selbst ausfüllen, die Helferinnen standen für Rückfragen oder im Bedarfsfall zur Unterstützung beim Ausfüllen zur Verfügung.

Bei der Auswahl der Befragungstage wurde ein möglichst „repräsentativer“ Querschnitt des Caligari-Programms in Hinblick auf Filmarten und Genres, Wochentage und Spielzeiten sowie mutmaßliche Zielgruppe angestrebt, da sich die Besucherschaft je nach konkretem Filmangebot deutlich unterscheiden kann. Explizit ausgenommen wurde das „Traumkino für Kinder“-Programm sowie Festivals. Eine detaillierte Dokumentation der ausgewählten Befragungstermine sowie der jeweiligen Besucherzahlen und Interviews findet sich in Tab. 1A im Anhang.

¹ Vgl. Amt für Statistik und Stadtforschung (Hrsg.): Leben in Wiesbaden 2016: Nutzung von Kultureinrichtungen, Stadtanalyse 95, mit Ergebnissen der Bürgerumfrage „Leben in Wiesbaden“.

Das Publikumsaufkommen der Caligari FilmBühne an den ausgewählten Befragungsabenden belief sich auf insgesamt fast 3 000 Besucherinnen und Besucher. Nicht alle davon konnten angesprochen werden. Da eine Verteilung der Interviews über verschiedene Filme angestrebt wurde, war bei sehr gut besuchten Filmen eine vollständige Erfassung des Publikums auch nicht beabsichtigt. Da einige Personen das Kino an mehreren Befragungsabenden besuchten, reduzierte sich die Zahl der potentiell zu befragenden Personen weiter, wenn auch nur geringfügig.

Tab. 1: Steckbrief der Publikumsbefragung 2020	
Projekt-Kooperationspartner	<ul style="list-style-type: none"> Landeshauptstadt Wiesbaden: <ul style="list-style-type: none"> - Kulturrat / kommunale Filmarbeit als Betreiber des kommunalen Kinos Caligari FilmBühne - Amt für Statistik und Stadtforschung für Konzeption, Durchführung und Auswertung Uni Mainz / Fachbereich Soziologie für die Rekrutierung der Erhebungshelferinnen
Grundgesamtheit	Besucherinnen und Besucher der Caligari FilmBühne mit Ausnahme der Filmreihe "Traumkino für Kinder" sowie Filmfestivals
Erhebungszeitraum	Februar 2020
Realisierte Stichprobe	1 321 Befragte an 10 Abenden mit 20 Filmvorführungen Detaillierte Terminübersicht siehe Tab. 1A im Anhang
Beteiligung an der Befragung	44 % der Besucherinnen und Besucher
Auswahl der Befragungstermine	Ein möglichst „repräsentativer“ Querschnitt des Caligari-Programms wurde angestrebt in Hinblick auf verschiedene Filmarten und -genres, Wochentage und Spielzeiten sowie mutmaßliche Zielgruppen. Für eine detaillierte Dokumentation der Befragungstermine und Verteilung der Stichprobe siehe Tab. 1A Anhang.
Inhalte der Befragung	Abgefragte Aspekte (Fragebogen siehe Anhang) <ul style="list-style-type: none"> • Besuchsverhalten • Motive und filmbezogene Vorlieben • Bewertung verschiedener Aspekte der Caligari FilmBühne • Wünsche und Verbesserungsvorschläge • Soziodemographische Merkmale der Befragten
Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020 Amt für Statistik und Stadtforschung 	

Die Bereitschaft teilzunehmen kann insgesamt als sehr hoch eingestuft werden, nur wenige explizite Verweigerungen wurden verzeichnet und die Reaktionen auf die Befragung vor Ort waren fast durchweg positiv. Insgesamt wurden 1 321 auswertbare Interviews² erzielt, was bezogen auf die Zahl verkaufter Tickets einer Beteiligungsquote von 44 % entspricht. Je nach Film und Besucheraufkommen fiel die Erreichbarkeit unterschiedlich aus: Sie variiert von 28 % beim Schwarz-Weiß-Klassiker „Der blaue Engel“ in der Filmreihe des DFF - Deutsches Filminstitut & Filmmuseum bis zu 70 % beim aktuellen Filmdrama „Die Einzelteile der Liebe“. Die filmgenaue Zusammensetzung und Beteiligung ist in Tab. 1A im Anhang dokumentiert. Bezogen auf die verschiedenen Spielzeiten und Wochentage (s. Tab. 2) fällt die durchschnittliche Beteiligungsquote recht ähnlich aus.

Die bemerkenswert hohe Teilnahmebereitschaft reicht allerdings nicht an die von 2006 heran, die mit 58 % noch weitaus höher lag. Dies passt ins Bild einer generell zu beobachtenden abnehmenden Befragungsbereitschaft. Dennoch ist dies für eine schriftliche Befragung vor Ort während einer Veranstaltung ein sehr guter Wert. Aufgrund des systematischen Auswahlrahmens und der hohen erzielten Beteiligung kann die Stichprobe als gutes Abbild der Besucherschaft im gewählten Zeitraum eingestuft werden. Folgende Einschränkungen in der Aussagekraft sind anzumerken:

- Item-Nonresponse: Bei einzelnen Fragen sind bei schriftlichen / „Selbstauffüller“-Befragungen höhere Ausfallquoten zu beobachten, da es keine direkte Steuerungsmöglichkeit durch Interviewer gibt. Im vorliegenden Fall erreicht diese ein Maximum bei der Frage nach dem Haushaltseinkommen, wobei selbst diese von vielen als „zu sensibel“ eingestufte Frage noch von knapp unter 80 % der Befragten beantwortet wurde.

² 15 eingesammelte Fragebögen waren nicht auswertbar, da zu lückenhaft ausgefüllt.

Tab. 2:
Stichprobe und Beteiligung an der Publikumsbefragung
nach Filmgenre, Wochentag und Spielzeit

	Besucher		Befragte		Beteiligungs- quote in % ¹⁾
	abs.	in %	abs.	in %	
insgesamt	2 988	100,0	1 321	100,0	44,2
Filmgenre					
Spielfilm	2 009	67,2	859	65,0	42,8
Dokumentation	708	23,7	303	22,9	42,8
Stummfilm	187	6,3	93	7,0	49,7
Animation	84	2,8	55	4,2	65,5
unbekannt	x	x	11	0,8	
Wochentag					
Mo-Do	915	30,6	434	32,9	47,4
Freitag	1 057	35,4	435	32,9	41,2
Samstag	575	19,2	278	21,0	48,3
Sonntag	441	14,8	170	12,9	38,5
unbekannt	x	x	4	0,3	
Spielzeit					
17:30 / 17:15 / 18:00 Uhr	1 168	39,1	499	37,8	42,7
20:00 Uhr	1 820	60,9	802	60,7	44,1
unbekannt	x	x	20	1,5	

x = Angabe nicht sinnvoll
1) auswertbare Interviews bezogen auf verkaufte Tickets
Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
Amt für Statistik und Stadtforschung

- Filmspezifische Variation: Je nach konkretem Film wird eine unterschiedliche Zielgruppe angesprochen.
- Momentaufnahme: Naturgemäß handelt es sich bei einer Publikumsbefragung in eng begrenztem Zeitrahmen immer um eine Momentaufnahme des Publikums, deren Gültigkeit zeitlich und sachlich begrenzt ist, je nachdem, wie sich das Filmangebot im Jahresverlauf und sonstige Rahmenbedingungen ändern. Aufgrund der hohen Bindung des Publikums an „ihr Caligari“ kann zwar von einer hohen längerfristigen Aussagekraft im Vorfeld der Befragung ausgegangen werden. Angesichts der veränderten Rahmenbedingung durch „Corona“ ab Frühjahr 2020 ist nun jedoch abzuwarten, welche mittel- und längerfristigen Auswirkungen sich auf das Besuchsverhalten und die Struktur der Besucherschaft von Kinos generell und das

Caligari im Speziellen zeigen werden. Die vorliegenden Ergebnisse dürften davon noch nicht betroffen gewesen sein, da die Befragung Ende Februar und damit vor den ersten spürbaren Auswirkungen der Corona-Pandemie in Wiesbaden abgeschlossen war.

3 Ergebnisse

3.1 Wer besucht die Caligari FilmBühne?

*Das „typische“ Publikum
in der Caligari FilmBühne*

Die „typische“ Besucherin / der „typische“ Besucher der Caligari FilmBühne ist weiblich (65 %), ab fünfzig Jahre alt (75 %, mit einem Schwerpunkt zwischen 50 und 69 Jahren 61 %) und Akademiker/-in (53 %). Soweit noch nicht aufgrund des Alters im Ruhestand (30 %), ist sie bzw. er zumeist berufstätig (61 %) und wohnt mit Partner/-in im Haushalt zusammen (56 %, darunter 15 % mit Kind/-ern) oder alleine. Die Einkommenssituation ist größtenteils gut: Etwa 30 % geben ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.500 € an, während 12 % nur bis zu 1.500 € zur Verfügung haben. Menschen mit Migrationshintergrund sind im Publikum des Caligari zwar zu finden, aber merklich seltener als in der Wiesbadener erwachsenen Bevölkerung³. Die überwiegende Mehrheit wohnt in Wiesbaden, etwa jede/-r Dritte in der Innenstadt (zu allen Merkmalen vgl. Tab. 2A im Anhang).

Je nach Filmangebot gibt es durchaus mehr oder weniger deutliche Abweichungen von diesem „Publikums-Durchschnittsprofil“.

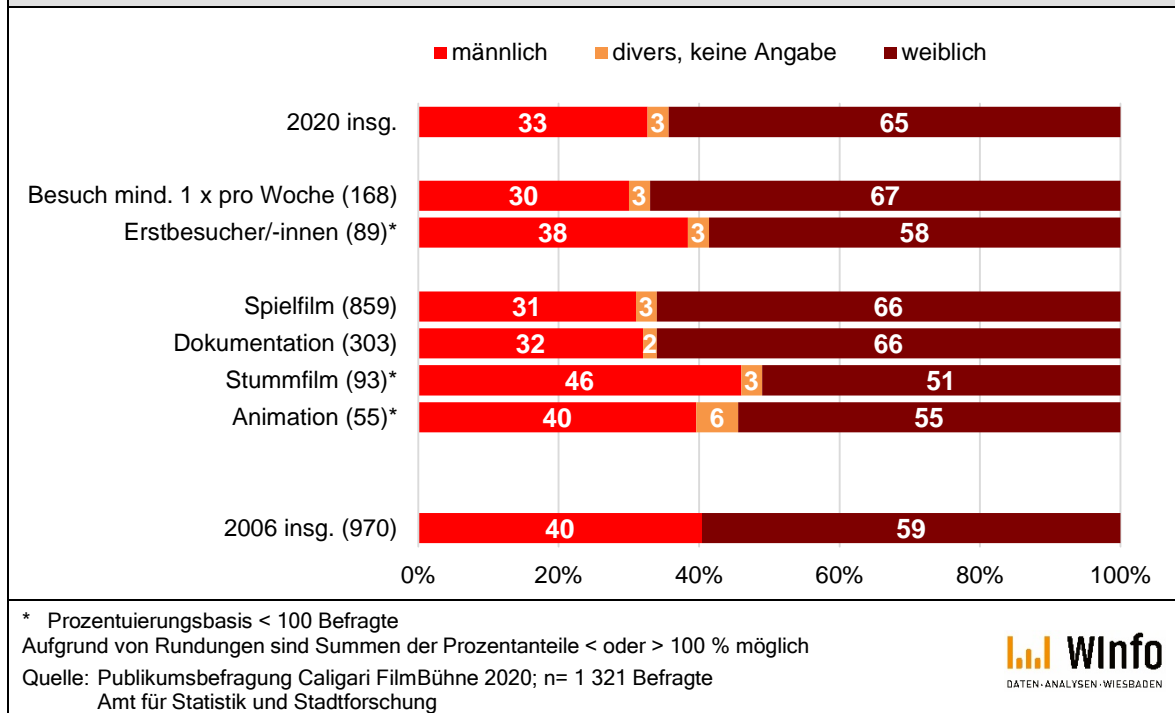
*Frauenanteil variiert nach Filmart
und konkretem Film*

In der vereinfachten Zusammenfassung nach Filmart zeigt sich beispielsweise ein deutlich höherer Männeranteil beim Stummfilm und Animationsfilm im Vergleich zum Spiel- und Dokumentarfilm, wobei auch innerhalb dieser

³ Da 16 % der Befragten zu dieser Frage keine Angabe machten und die Definition von „Migrationshintergrund“ in der Umfrage vereinfacht ist gegenüber der statistischen Erfassung über das Meldewesen, ist dies nur als Trendaus-sage zu werten. In etwa vergleichbar ist die Erfassung zur bevölkerungsrepräsentativen Umfrage „Leben in Wiesbaden“ unter Erwachsenen von 18 bis 90 Jahren. Dort gaben 2018 17 % an, eine andere Staatsbürgerschaft zu besitzen (7 % in der vorliegenden Publikumsbefragung), und der Anteil Befragter mit Migrationshintergrund erreichte ca. 23 % (hier 15 %). Nur gut 2 % hatten diese Frage nicht beantwortet.

Filmgenres je nach konkretem Film bzw. Thema der Anteil variiert.⁴

Bild 1:
Zusammensetzung des Caligari-Publikums nach Geschlecht (in %)



*Vergleich zu Kinotrends
insgesamt und Publikum 2006*

Generell sind im Kinopublikum in Deutschland und insbesondere in kommunalen Kinos und Programmkinos etwas mehr Frauen als Männer anzutreffen⁵. Auch in der Caligari-Befragung 2006 wurden im Publikum mehr Frauen als Männer angetroffen, wobei der „Überschuss“ etwas schwächer ausfiel als im aktuellen Befragungsjahr. Ähnlich wie diesmal lag der Männeranteil beim Spielfilm und Dokumentationen etwas niedriger als bei den anderen

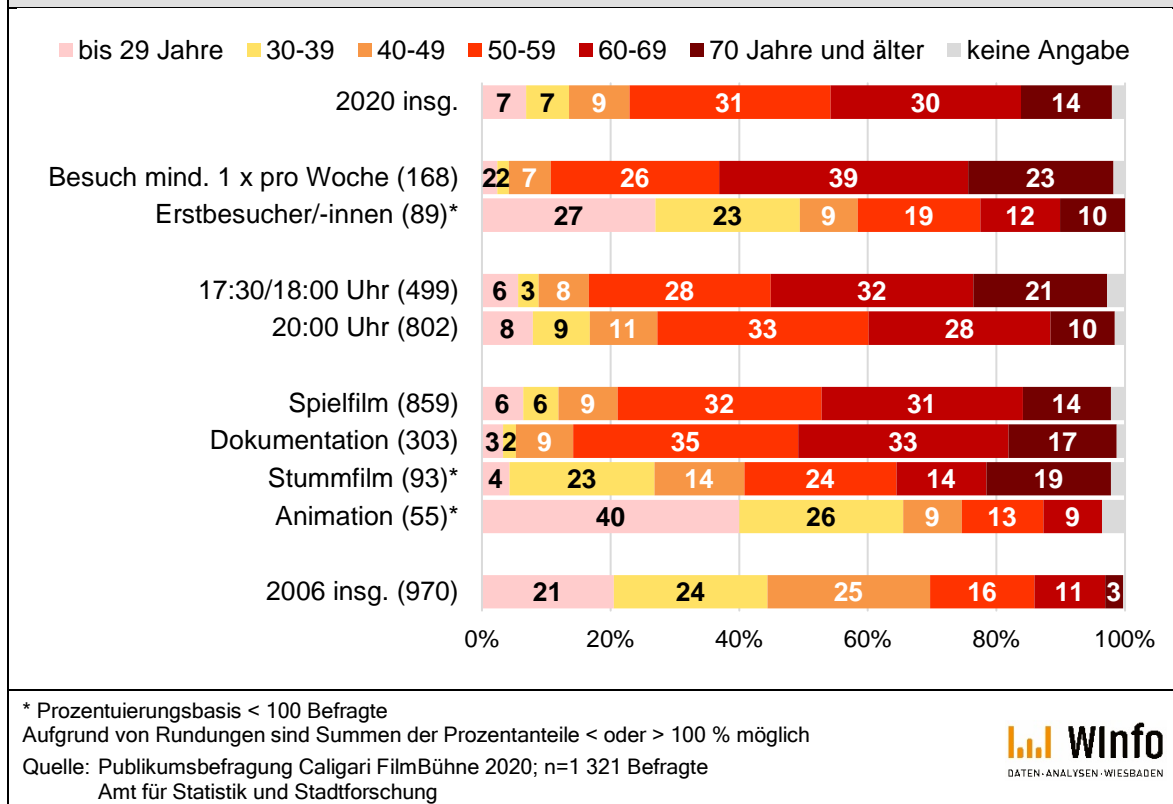
- 4 Die Kategorie Stummfilm und Animation umfasst jeweils nur einen Filmabend, während deutlich mehr Spielfilme und Dokumentationen in der Auswahl enthalten sind, bei denen die Varianz stärker ausfällt. Beispielsweise reicht der Frauenanteil im Publikum bei der hier vorgenommenen Filmauswahl von um die 50 % bei „Cabinet des Dr. Caligari“ (bei dem geladene Gäste zum Jubiläum anwesend waren) und „Wolf and Sheep“ bis zu knapp unter 80 % beispielsweise bei „Systemsprenger“. Dies dürfte zumindest teilweise auf geschlechtsspezifische Präferenzen in der Filmauswahl zurückzuführen sein.
- 5 Eine Analyse im Auftrag der FFA-Filmförderungsanstalt ermittelt auf Basis des GfK-Panels für 2018 einen Frauenanteil von 53 % bei allen Kinobesuchern und 58 % unter Besuchern von „Arthouse“-Filmen in Deutschland. Die direkte Vergleichbarkeit der Anteile ist allerdings eingeschränkt aufgrund der gänzlich anders konstruierten Datenbasis und Bezugnahme auf Kinobesuche von deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren.
<https://www.ffa.de/programmkinos-in-der-bundesrepublik-deutschland-und-das-publikum-von-arthouse-filmen-im-jahr-2018.html>

Genres Stummfilm und Kurzfilm⁶. Umgekehrt war damals jedoch der Männeranteil unter den wöchentlichen Besuchern im Vergleich zu Erstbesuchern deutlich höher, während die Frauen diesmal mit 67 % den höchsten Anteil unter den besonders fleißigen Caligari-Gästen erreichen. Der Männeranteil steigt bei abnehmender Besuchshäufigkeit und unter den Erstbesuchern fallen die Geschlechteranteile etwas ausgewogener aus (58 % zu 38 %).

Altersstruktur

Auch die Altersstruktur im Publikum variiert deutlich je nach Film, Filmgenre und Spielzeit (Bild 2, Tab. 3A und 4A im Anhang). Die besonders treuen wöchentlichen Besucherinnen und Besucher haben zu fast 90 % bereits das 50. Lebensjahr überschritten. Ebenso scheinen die Frühabend-Vorstellungen im Caligari bei älteren Besucher/-innen besonderen Anklang zu finden.

Bild 2:
Altersstruktur des Caligari-Publikums (in %)



6 2006 war statt „Animation“ ein Abend mit Kurzfilmen in der Befragungsauswahl.

Zeitvergleich:

*Starker Zuwachs im Publikum
bei 60 plus, deutlich weniger
unter 30 Jahren*

In der Befragung 2006 war die Altersstruktur noch deutlich ausgewogener. Insgesamt hatten immerhin knapp 21 % der Besucher/-innen das 30. Lebensjahr noch nicht vollendet (knapp 13 % unter den wöchentlichen Gästen). Dies hat sich nun reduziert (auf 7 % der Befragten insgesamt, 2 % der wöchentlichen Besucher) und die Altersstruktur hat sich stark zugunsten der fortgeschrittenen Altersjahrgänge verschoben (von 14 % auf 44 % im Alter 60 plus).

Das Publikum der Caligari FilmBühne scheint also mit seinem Kino „gealtert“ zu sein. Positiv kann daraus der Schluss gezogen werden, dass die Besucherinnen und Besucher „ihrem“ Caligari über die Jahre die Treue halten. Ein Teil der starken Abweichung in der Altersstruktur im Zeitvergleich könnte auf den damals noch deutlich geringeren Anteil an Fröhabend-Vorstellungen zurückzuführen sein sowie die spezifische Filmauswahl⁷. Auch zur „Prime-time“ 20 Uhr ist allerdings weniger als jede/-r Zehnte unter 30 Jahre alt.

Für Arthouse-Filme wird generell konstatiert, dass der Altersschnitt über dem des „Normalkino“-Publikums liegt und die „Best Ager“ (50 plus) die stärkste Besuchergruppe bilden.⁸ Dennoch bleibt festzustellen, dass in der hier vorliegenden Publikumsbefragung viel weniger jüngere Film-interessierte erreicht werden konnten.⁹

7 Z.B. wurde 2006 an einem Befragungsabend ein Kurzfilmangebot in Zusammenarbeit mit der Hochschule Mainz gezeigt, bei der viele Studierende im Publikum waren. Knapp 9 % der Befragten waren damals bei nur vier, sehr schwach besuchten, Fröhabendvorstellungen angesprochen worden, während in der aktuellen Befragung bei zehn frühen Vorstellungen befragt wurde und der Anteil an allen Befragten insgesamt 38 % beträgt.

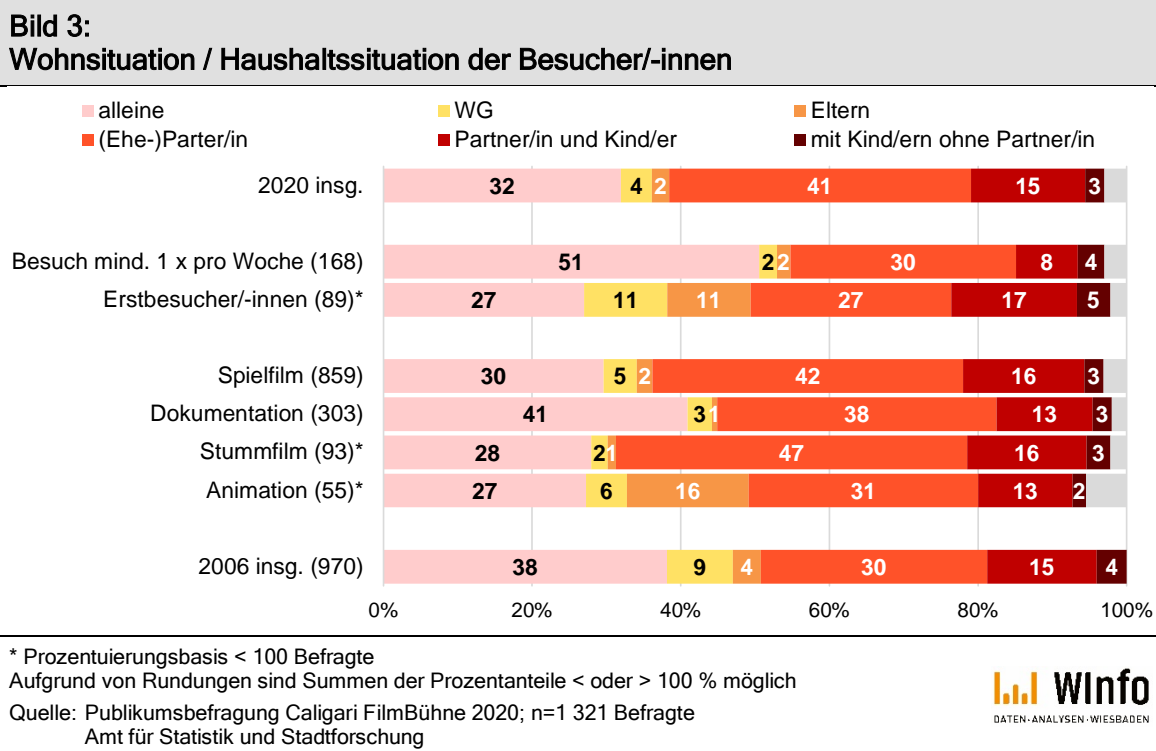
8 Vgl. Analyse der FFA, Fußnote 5.

9 Dies deckt sich mit einem Befund von 2016 auf Basis der Bürgerbefragung „Leben in Wiesbaden“. Dort wurde Bekanntheit und Besuch ausgewählter Kultureinrichtungen erfragt. Demnach ist die Altersstruktur der in Wiesbaden wohnenden Caligari-Besucher wesentlich ähnlicher der des Publikums des Hessischen Staatstheaters (Ältere überrepräsentiert) als der Besucher-schaft des Schlachthofs (deutlich jünger). Vgl. Amt für Statistik und Stadtfor-schung (Hrsg.): Leben in Wiesbaden 2016: Nutzung von Kultureinrichtungen, Stadtanalyse 95, mit Ergebnissen der Bürgerumfrage „Leben in Wies-baden“.

Haushaltsform

Knapp ein Drittel des befragten Publikums lebt alleine. Im wöchentlichen Stammpublikum ist sogar jede/-r Zweite ohne weitere Haushaltsangehörige (Bild 3 und Tab. 2A im Anhang). Dagegen sind Befragte mit Partner/-in und Kind/-ern im Haushalt, die insgesamt einen großen Anteil an der befragten Besucherschaft ausmachen, deutlich seltener in der Gruppe der „Intensivbesucher“ zu finden, sondern mit einem Anteil von 20 % eher unter den „sporadischen“ Besuchern (etwa drei- bis achtmal im Jahr) vertreten.

Nach Wochentag und Spielzeit gibt es kaum merkliche Unterschiede bezüglich der Haushaltsform, außer einem etwas geringeren Anteil Singles am Sonntag und etwas höheren Anteil von Paaren ohne Kind im Haushalt am Sonntag, während Elternpaare tendenziell etwas häufiger bei den 20 Uhr-Vorstellungen anzutreffen waren als bei der frühen Spielzeit (vgl. Tab. 4A im Anhang).



In welchem Umfang sind die Besucherinnen und Besucher berufstätig?

Mit 61 % ist die überwiegende Mehrheit im Publikum aktuell berufstätig (davon 42 % in Voll- und 19 % in Teilzeit, vgl. Tab. 2A im Anhang). Ein knappes Drittel ist nicht erwerbstätig und zwar zumeist, weil der Ruhestand bereits

erreicht wurde. Unter den wöchentlichen Besucherinnen und Besuchern ist der Anteil der (Vollzeit)-Berufstätigen etwas niedriger, dafür der Anteil der Ruheständler mit 45 % besonders hoch. Weiterhin ist feststellbar, dass Vollzeit-Berufstätige insbesondere an Samstagen anzutreffen sind, dafür deutlich seltener von Montag bis Donnerstag, während diejenigen, die das Erwerbsleben hinter sich haben, von Montag bis Donnerstag ebenso wie sonntags jeweils etwa ein Drittel des Publikums stellen, während sie samstags nur knapp 24 % erreichen (s. Tab. 4A im Anhang).

2006 wurde die Berufstätigkeit nicht genau vergleichbar erfragt. Erfasst wurde immerhin der Status als Rentner/-in (10 %) oder aus anderen Gründen Nichterwerbstätige/-r (4,4 %). Zumindest die Ruheständler hatten damals noch einen deutlich geringeren Anteil am befragten Publikum.

*Caligari-Publikum
ist hochgebildet*

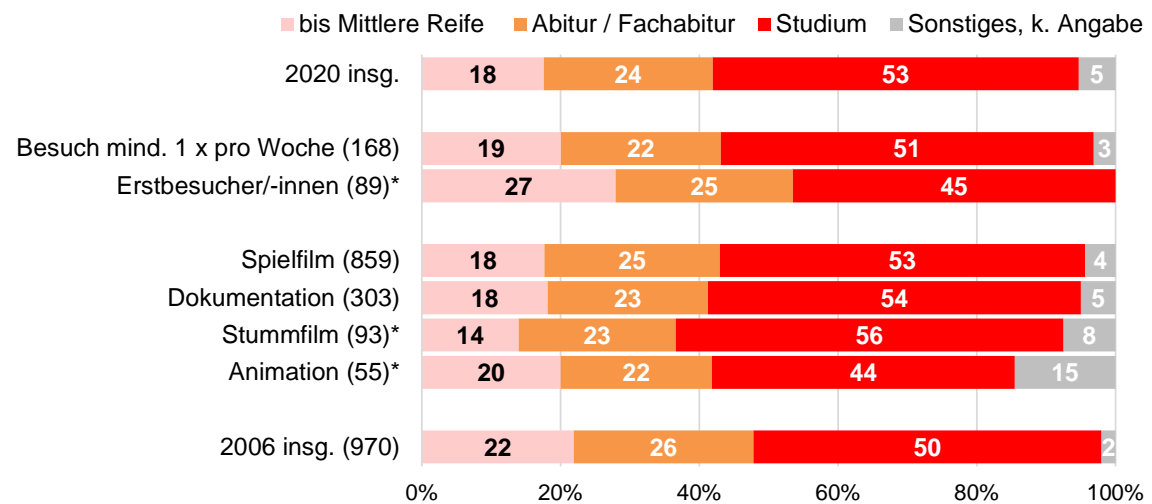
Jede/-r Zweite im Publikum der Caligari FilmBühne besitzt einen Hochschulabschluss, ein weiteres Viertel zumindest die (Fach-)Hochschulreife (Bild 4). Dieses im Vergleich zur städtischen Bevölkerung hohe Bildungsniveau ist nicht ungewöhnlich für Kultureinrichtungen, erreicht bemerkenswerterweise aber auch im Vergleich zu Programmkinos generell ein sehr hohes Niveau¹⁰. Hier findet sich auch wenig Variation nach Filmart¹¹. Lediglich diejenigen, die erstmals zu Besuch sind, scheinen in dieser Hinsicht etwas heterogener.

*Im Zeitvergleich
konstantes Bildungsniveau*

Bemerkenswert ist außerdem, dass die Bildungsstruktur im Vergleich zur Befragung 2006 nahezu unverändert geblieben ist, obgleich seitdem der Akademikeranteil in der Bevölkerung insgesamt eher noch gestiegen sein dürfte. Dies ist vermutlich wiederum auf den diesmal vergleichsweise geringen Anteil jüngerer Befragter zurückzuführen.

¹⁰ Die bereits zitierte FFA-Analyse ermittelt einen Anteil von 57 % Besucher/-innen mit Abitur oder Studium, d. h. einen um rund 20 %-Punkte niedrigeren Anteilswert. Die direkte Vergleichbarkeit ist allerdings eingeschränkt, vgl. Fußnote 5.

¹¹ Feststellbare Abweichungen nach konkretem Film oder Spielzeit sind vermutlich größtenteils auf Alterseffekte zurückzuführen: Befragte 70 plus und unter 30 Jahren haben vergleichsweise seltener einen Hochschulabschluss.

Bild 4:
Bildungshintergrund des Caligari-Publikums

* Prozentuierungsbasis < 100 Befragte
 Aufgrund von Rundungen sind Summen der Prozentanteile < oder > 100 % möglich
 Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020; n=1 321 Befragte
 Amt für Statistik und Stadtforschung

Winfo
 DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

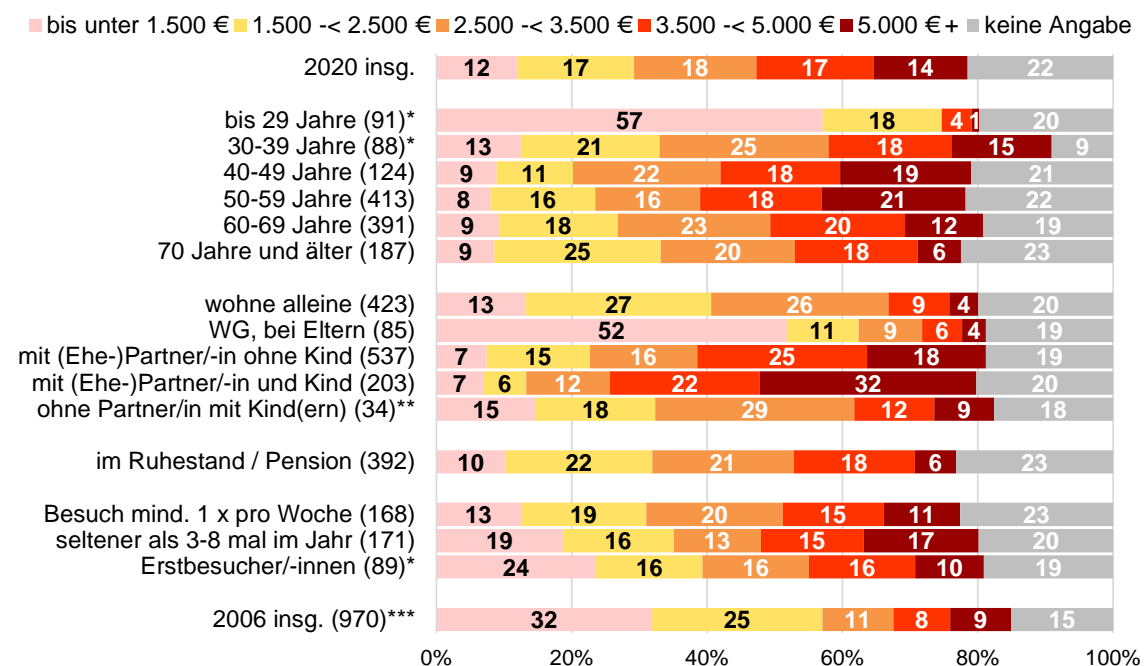
Einkommenssituation

Angesichts des hohen Anteils an Akademikern im Publikum ist zu erwarten, dass auch die Einkommenssituation der meisten Zuschauerinnen und Zuschauer vergleichsweise gut ist. Allerdings besuchen auch viele Ruheständler das kommunale Kino, und deren Monatseinkommen fallen im Schnitt meist niedriger aus als bei (Vollzeit) im Erwerbsleben stehenden Personen. Insgesamt hängt die Einkommenssituation stark davon ab, in welcher Haushaltskonstellation man lebt (Bild 5). Mit Ausnahme der kleinen Gruppe von Befragten, die noch bei den Eltern oder in einer Wohngemeinschaft wohnen (dabei handelt es sich überwiegend um unter 30-Jährige) muss nur ein sehr kleiner Anteil der Zuschauer/-innen mit einem Haushaltsnettoeinkommen bis unter 1.500 € auskommen. Knapp über 30 % haben monatlich 3.500 € und mehr zur Verfügung. Dabei handelt es sich mehrheitlich um Befragte, die in einem Paarhaushalt leben, und in etwas geringerer Zahl auch um Paare mit Kind/-ern im Haushalt.

Erfreulich: „Geringverdiener“ finden sich nicht unbedingt seltener unter den wöchentlichen Besucherinnen und Besuchern. In Bezug auf das Einkommen entsprechen die

häufig im Haus anzutreffenden „Fans“ in etwa der Verteilung im Publikum insgesamt. Zwar sind unter den selteneren Gästen die Anteile der untersten Einkommensgruppen deutlich höher, es kann dort andererseits aber keine klare Unterrepräsentanz der höheren Einkommensgruppen festgestellt werden. Daraus könnte vorsichtig abgeleitet werden: Ein (häufigerer) Besuch in der Caligari FilmBühne scheitert vermutlich nicht vorrangig am persönlichen finanziellen Rahmen, eher schon an der verfügbaren Zeit, wie die vorherige Aufgliederung nach Erwerbstätigkeit und Besuchshäufigkeit vermuten lässt.

Bild 5:
Einkommenssituation der Besucher/-innen¹⁾



1) Monatliches Haushaltsnettoeinkommen (Selbsteinstufung, gruppiert erfragt)

Aufgrund von Rundungen sind Summen der Prozentanteile < oder > 100 % möglich

Prozentuierungsbasis * < 100 Befragte ** < 50 Befragte

*** 2006: ab 2.500 € abweichende Klassen: 2.500 bis u. 3.000 € sowie 3.000 bis u. 4.000 €, 4.000 € und mehr

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020; n=1 321 Befragte
Amt für Statistik und Stadtforschung

WInfo
DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

Einschränkend muss festgestellt werden, dass vorliegende Ergebnisse zur Einkommensstruktur nur ungenau sind, da ein ungewöhnlich hoher Anteil an Befragten

hierzu keine Auskunft erteilt hat¹². Hier können zwei Faktoren eine Rolle gespielt haben: Zum einen die Befragungssituation im Kino (Befragte befürchten, andere könnten die Antwort sehen), zum anderen wird häufig in der Sozialforschung festgestellt, dass - insbesondere in Deutschland - Befragte in höheren Einkommensgruppen diese Frage als besonders sensibel wahrnehmen und eher verweigern. Der zweitgenannte Aspekt wäre dann besonders wirksam, wenn - wie angenommen - durchaus ein hoher Anteil „Gutverdiener“ im Publikum der Film-Bühne sitzt.

Aufgrund dieser Ungenauigkeit und angesichts der allgemeinen Preis- und Einkommensentwicklung, die auch eine entsprechende Anpassung der Klassifizierung erforderlich machte, ist ein Vergleich zu 2006 nur schwer zu ziehen und in der Abbildung nur nachrichtlich beigelegt.

Migrationshintergrund

Dass Menschen mit Migrationshintergrund unterrepräsentiert sind, ist in Kultureinrichtungen ein häufiger Befund. Für Kinos bzw. Programmkinos kann dies auch angenommen werden, auch wenn derzeit kein bundesweiter Kennwert hierzu vorliegt¹³. In der vorliegenden Publikumsbefragung ist der Anteil Befragter mit Migrationshintergrund mit knapp 15 % somit zwar geringer als im Bevölkerungsschnitt, dennoch nicht als auffällig zu bewerten. Interessanterweise liegt dieser Anteil sowohl innerhalb der wöchentlichen Besucherschaft als auch der Erstbesucherinnen und -besucher etwas höher (23 % bzw. 26 %, vgl. Tab. 2A im Anhang), während er bei den Gruppen mit Besuchshäufigkeiten dazwischen etwas niedriger liegt. Für 2006 gibt es keinen Trendvergleich, weil dieses Merkmal damals nicht erfragt wurde.

Charakterisierung des intensiven Stammpublikums: (noch) älter, weiblicher, innenstädtischer

Die besonders treue Besucherschaft im Publikum, die wöchentlich ins Caligari pilgert, lässt sich zusammenfassend wie folgt charakterisieren: Diese sind zu einem noch höheren Anteil bereits älter (23 % ab 70 Jahre, weitere 39 % zwischen 60 und 69 Jahre) und damit im Ruhestand

¹² Zum Vergleich: In der bevölkerungsrepräsentativen Umfrage „Leben in Wiesbaden 2018“ haben nur 9 % diese Frage nicht beantwortet.

¹³ Die bereits zitierte Studie der FFA basiert nur auf deutschen Staatsangehörigen und ermittelt das Merkmal Migrationshintergrund nicht.

(45 %), häufiger alleinlebend (51 %), noch häufiger in der Wiesbadener Innenstadt wohnend (45 %) und seltener von außerhalb (18 %). Hinsichtlich schulischer Bildung und Haushaltseinkommen unterscheidet sich diese Gruppe aber nicht vom Gesamtschnitt der Besucher-schaft.

3.2 Besuchsverhalten, -motive und Vorlieben

*Der „typische“ Besuch
der Caligari FilmBühne*

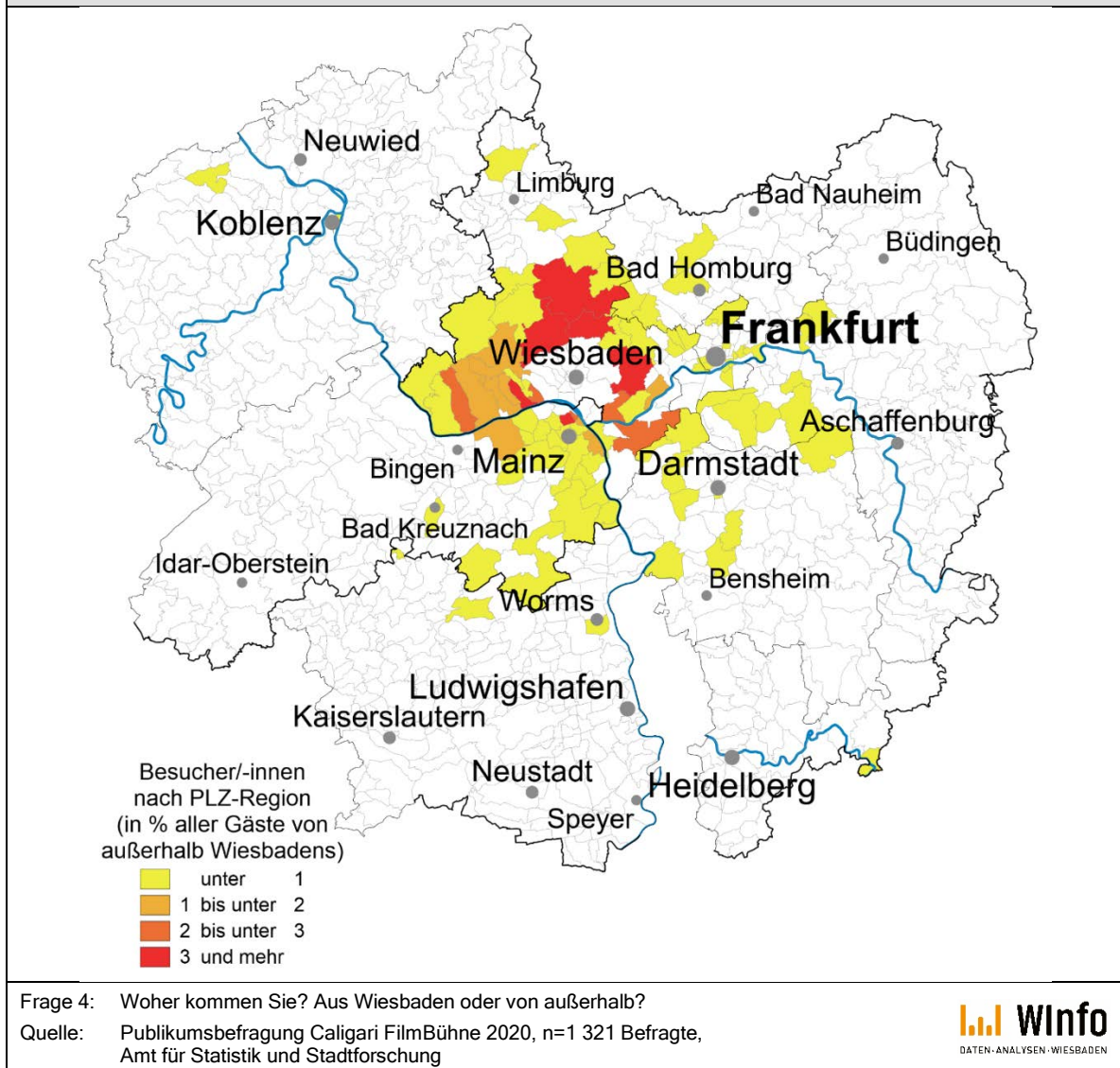
Ähnlich wie die typische Caligari-Besucherin kann man auch den typischen Besuch skizzieren: Für diesen wird der ÖPNV genutzt (51 %), um zum Caligari zu gelangen, und zumindest auf der Rückfahrt auch das RMV-Kombiticket eingesetzt (56 %). Dieser Besuch ist einer von 3 bis 8 Besuchen im Jahr (36 %) und findet in Begleitung des/der Ehe-/ oder Lebenspartners/-in (47 %), oder, was fast ebenso typisch ist, in Begleitung von Freunden oder Bekannten (45 %) statt. Ziel ist, sich einen bestimmten Film anzusehen (57 %), der am wahrscheinlichsten ein Spielfilm (83 %) in deutscher Fassung bzw. synchronisiert ist (54 %). Die Informationen im Vorfeld des Besuches haben die Gäste dem gedruckten Programmheft entnommen (67 %), das direkt am Caligari ausgelegt hat (60 % bzw. 78 %). Das Ticket dazu wurde von den meisten schon mal im Vorverkauf erworben (72 %), und zwar überwiegend online oder an der Caligari-Kasse (61 % bzw. 52 % derjenigen, die den Vorverkauf bereits genutzt haben). Der Kinoabend wird mit einem Besuch der Bar abgerundet (58 %). Je nach Filmangebot gibt es jedoch auch von dem beschriebenen idealtypischen Besuch mehr oder weniger deutliche Abweichungen. Im Einzelnen stellen sich Motive und Vorlieben der Besucher/-innen wie folgt dar:

*Fast drei Viertel des Publikums
sind Wiesbadener/-innen*

Knapp 72 % und damit die große Mehrheit der Caligari-Besucher/-innen kommt aus dem Stadtgebiet Wiesbadens: 32 % sind Innenstadtbewohner/-innen, 40 % kommen aus einem der Randbezirke. Knapp 29 % oder 379

der 1 321 Befragten kommen von außerhalb. Woher genau kommen sie hauptsächlich? Einen Überblick über das Einzugsgebiet gibt Bild 6.¹⁴

Bild 6:
Woher kommen die Besucher/-innen ins Caligari? Übersicht nach Postleitzahlen



Gäste von außerhalb kommen hauptsächlich aus den Nachbargemeinden, einige jedoch auch von weiter her

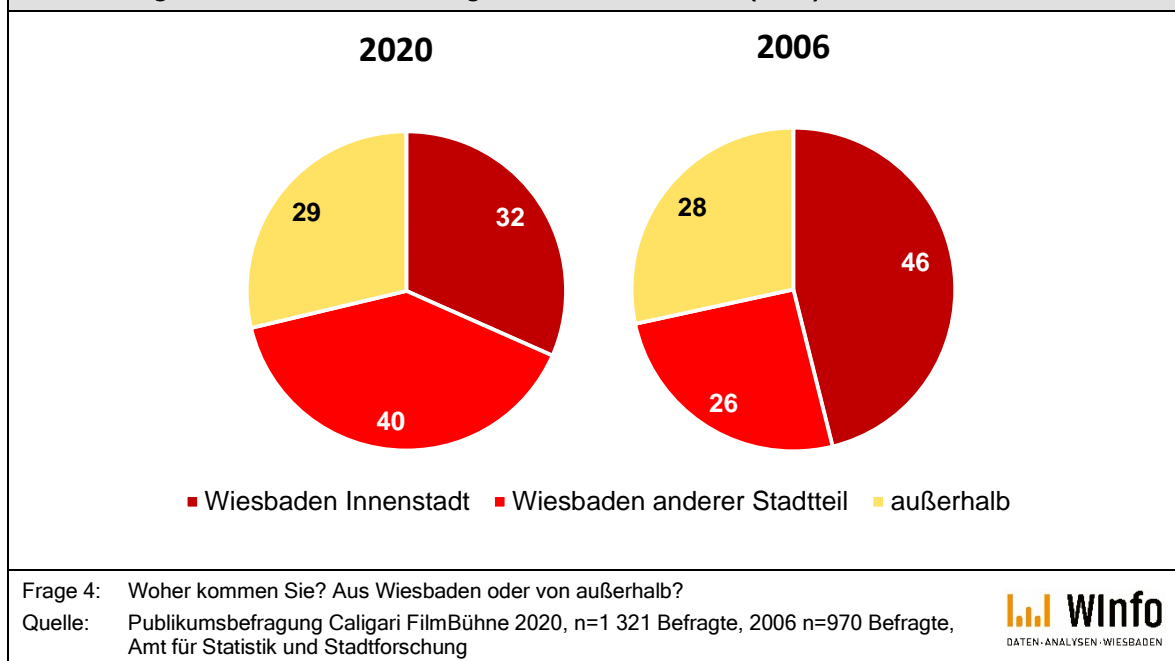
Deutlich ist, dass die ringförmig um Wiesbaden liegenden Postleitgebiete bzw. Gemeinden den Schwerpunkt bilden. Im Westen und Norden sind es insbesondere die Postleitgebiete Eltville (knapp 8 % der Auswärtigen), Taunusstein (13 %), Idstein (8 %). Aus östlicher Richtung kommen viele Gäste aus Hofheim am Taunus (5 %). Im Süden sind

¹⁴ Bild 6 zeigt die Wohnorte (nach Postleitzahlen) von 350 Besucher/-innen, die außerhalb Wiesbadens wohnen. 29 gaben weiter entfernte Wohnorte, teilweise auch im Ausland, an.

die zu Mainz gehörenden Postleitgebiete (14 %) stark vertreten. Auch aus den Postleitgebieten Frankfurt/M., Darmstadt und Aschaffenburg findet das Publikum seinen Weg in die Caligari FilmBühne (vgl. Tab. 17A im Anhang).

Im Vergleich zu 2006 kamen deutlich weniger Besucher/-innen direkt aus der Innenstadt (Abnahme um rd. 14 Prozentpunkte). Im gleichen Maße ist der Anteil der Besucher/-innen aus den äußeren Bezirken Wiesbadens gestiegen. Der Anteil der Besucher/-innen von außerhalb der Stadtgrenze ist stabil geblieben (vgl. Bild 7).

Bild 7:
Im Zeitvergleich: Herkunft der Caligari-Besucher/-innen (in %)



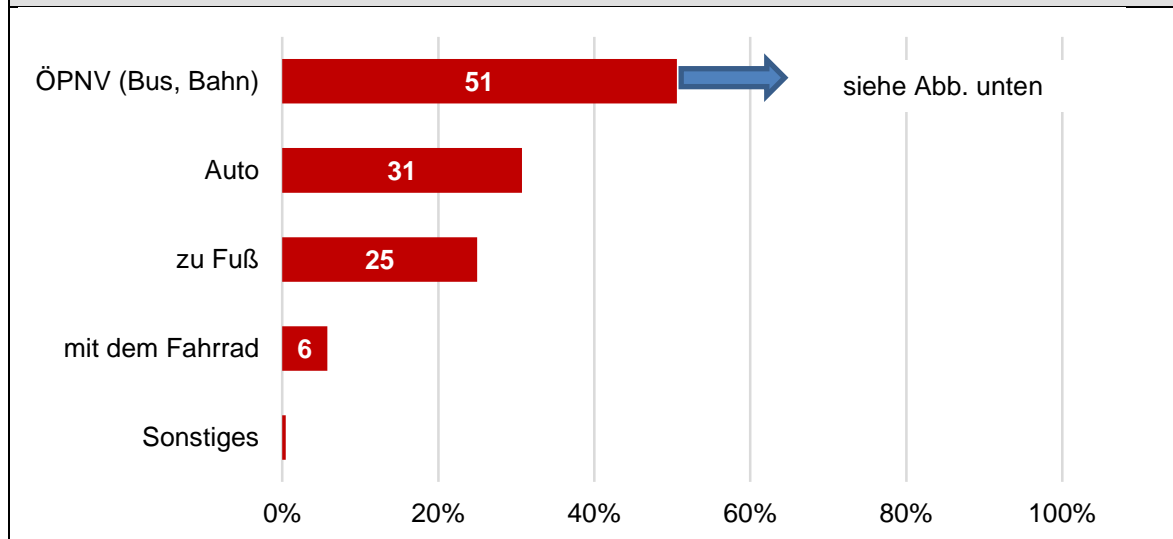
Hauptsächlich wird der ÖPNV genutzt, auf Rang 2 liegt das Auto. Sehr häufig wird das RMV-Kombiticket eingesetzt

Gut die Hälfte der Besucher/-innen erreicht die Caligari FilmBühne mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Bahn, Bus). Knapp ein Drittel reist mit dem Auto an, 25 % kommen zu Fuß und 6 % mit dem Fahrrad (vgl. Bild 8). Von den 668 bezeichnenden ÖPNV-Nutzer/-innen setzte der größte Teil (auch) das an den Ticketkauf gebundene RMV-Kombiticket ein:¹⁵ 291 (44 %) Nennungen entfielen auf die Hinfahrt und 372 (56 %) auf die Rückfahrt. Gleichzeitig

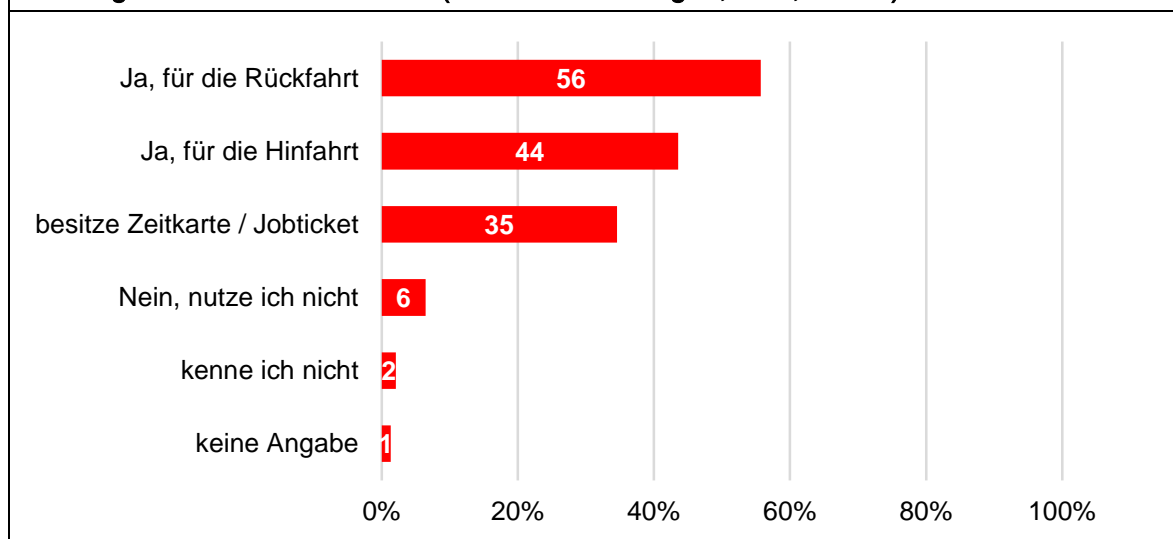
¹⁵ Das RMV-Kombiticket berechtigt zur Fahrt mit Bus und Bahn im gesamten Gebiet des Rhein-Main-Verkehrsverbundes (RMV). Die Geltungsdauer startet fünf Stunden vor Veranstaltungsbeginn und endet mit dem Betriebsende des RMV.

gaben aber auch 231 (35 %) der Befragten an, ohnehin eine Zeitkarte bzw. ein Jobticket zu besitzen. 8,5 % kennen bzw. nutzen das Kombi-Ticket nicht.

Bild 8:
Wie kommt das Publikum zur Caligari FilmBühne? (Mehrfachnennungen, in %)



Nutzung des RMV-Kombitickets (Mehrfachnennungen, in %, n=668)



Frage 5: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute gekommen?

Frage 6: Nutzen Sie für die Hin- oder Rückfahrt das RMV-Kombiticket?

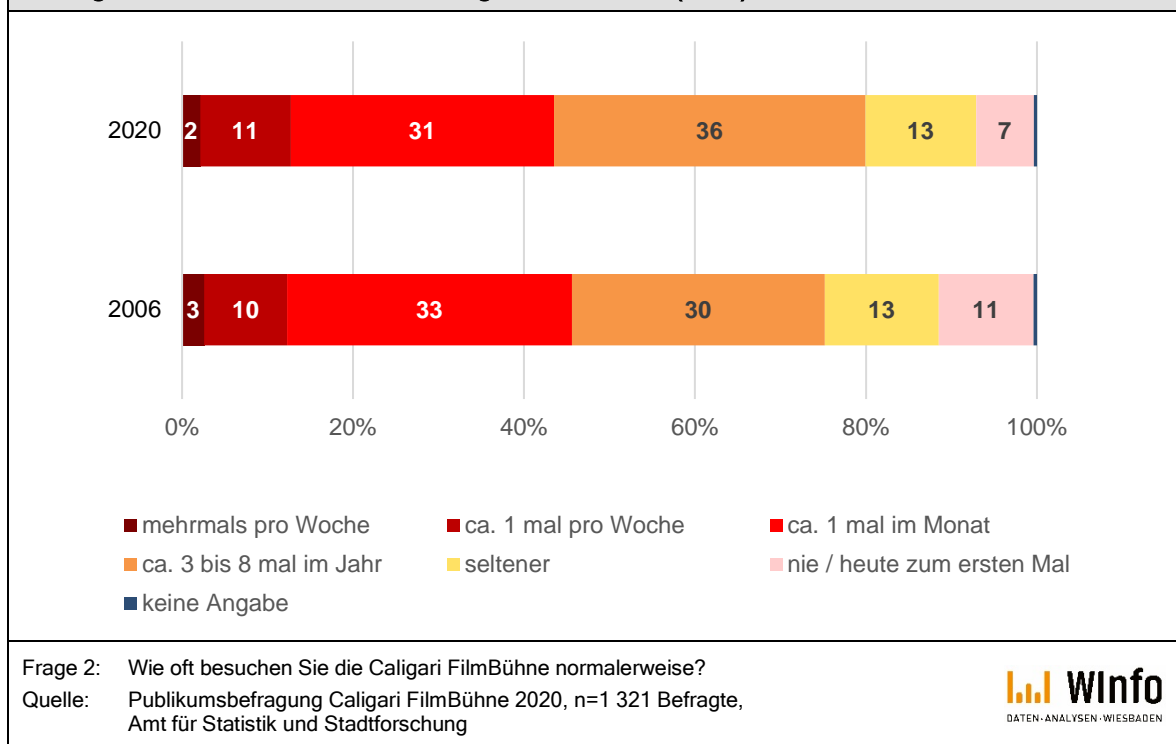
Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020, n=1 321 Befragte, 2006 n=970 Befragte,
Amt für Statistik und Stadtforschung

*Viel Stammpublikum: Rund 44 %
der Gäste besuchen das
Caligari mindestens
etwa einmal im Monat*

Die Caligari FilmBühne hat einen hohen Anteil Stamm-
publikum: 13 % gaben an, einmal oder sogar mehrmals
pro Woche dort zu sein. Weitere 31 % finden sich etwa
einmal im Monat dort ein. 36 % sind drei- bis achtmal im

Jahr dort, während 7 % am Tag ihrer Befragung zum ersten Mal im Caligari waren (vgl. Bild 9). In dieser Hinsicht hat sich die Besuchshäufigkeit im Vergleich mit der Befragung aus dem Jahr 2006 wenig verändert: Damals waren etwa 13 % mindestens einmal pro Woche im Caligari und 33 % etwa einmal im Monat. Der Anteil derjenigen, die die FilmBühne drei- bis achtmal pro Jahr besuchen, war 2006 geringer (30 %, seltener im Caligari: 13 %), während der Anteil der Caligari-Neulinge höher war (2006: 11 %).

Bild 9:
Häufigkeit des Kinobesuchs im Vergleich zu 2006 (in %)

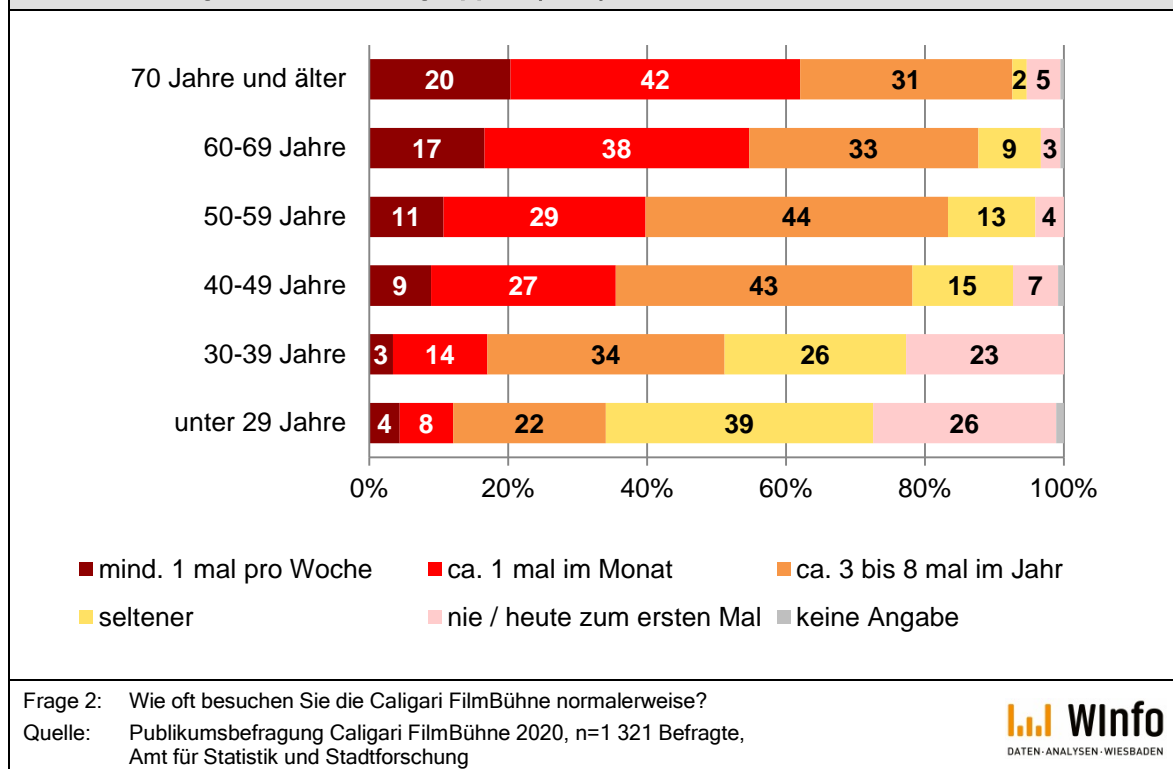


Frauen sind etwas häufiger Stammgäste als Männer, unter den Älteren sind wesentlich mehr Stammgäste als unter den jungen Zuschauer/-innen.

Hinsichtlich ihrer Besuchshäufigkeit im Caligari gibt es zwischen den Geschlechtern nur leichte Unterschiede: Frauen haben eine etwas höhere Besuchsfrequenz als Männer. Von den befragten Frauen gaben 45 % an, das Caligari mindestens einmal pro Monat zu besuchen, während es von den Männern 42 % waren. Entsprechend sind Männer unter den seltenen Besuchern und Caligari-Neulingen etwas in der Mehrheit. Deutlicher unterscheiden sich die Altersgruppen hinsichtlich ihrer Besuchshäufigkeit, die mit steigendem Alter offenbar zunimmt (vgl. Bild 10): Von den Ältesten kommt jede/-r Fünfte mindestens

einmal pro Woche ins Caligari, sogar über 60 % kommen mindestens einmal im Monat. Je jünger die Besucher/-innen, desto geringer ist der Anteil der Stammgäste. Von den unter 29-Jährigen sind nur 4 % mindestens einmal pro Woche bzw. 12 % mindestens einmal im Monat im Caligari anzutreffen.

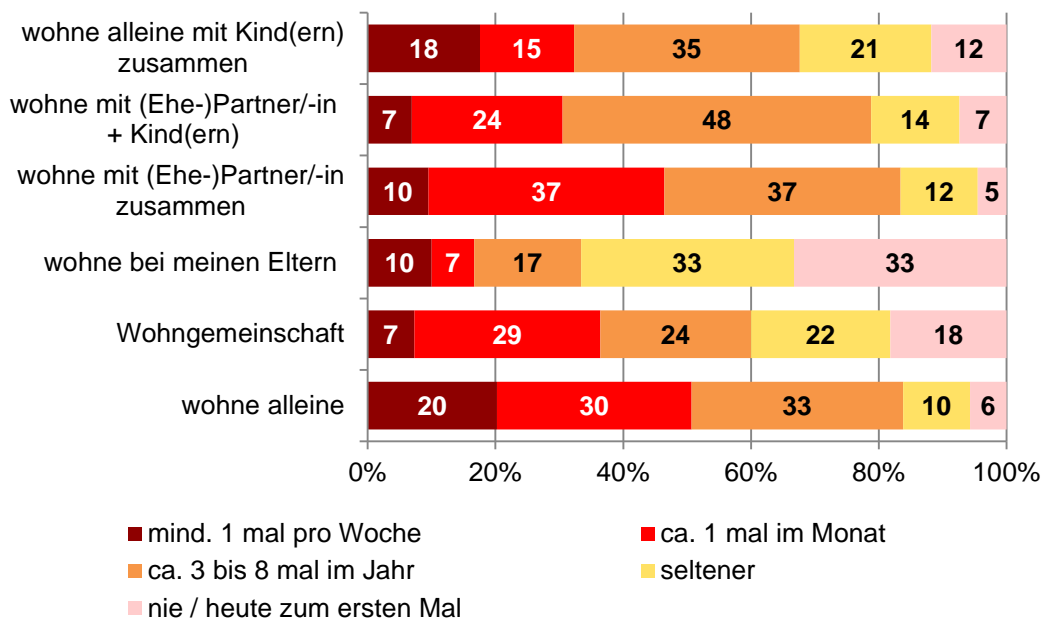
Bild 10:
Besuchshäufigkeit nach Altersgruppen (in %)



*Nach wie vor ist das Caligari ein
beliebtes Ziel für Allein-
lebende*

Wie bereits in der Befragung im Jahr 2006 festgestellt, ist das Caligari auch aktuell ein beliebtes Ziel für Alleinlebende (vgl. Bild 11). Von dieser Befragtengruppe ist jede/-r Zweite mindestens einmal monatlich im Caligari anzutreffen. Sie sind knapp gefolgt von jenen, die mit einem Partner oder einer Partnerin zusammenleben, wobei von den Befragten aus Paarhaushalten nur jede/-r Zehnte mindestens einmal pro Woche dort ist (Alleinlebende: jede/-r Fünfte). Wer mit Kindern zusammenlebt, ist seltener Stammgast, während Befragte, die (noch) bei ihren Eltern leben, zumeist seltene Besucher/-innen oder Caligari-Neulinge sind. Auch das ist wieder ein Hinweis auf das eher sporadische Besuchsverhalten der jüngeren Befragten.

Bild 11:
Besuchshäufigkeit nach Wohnsituation (in %)



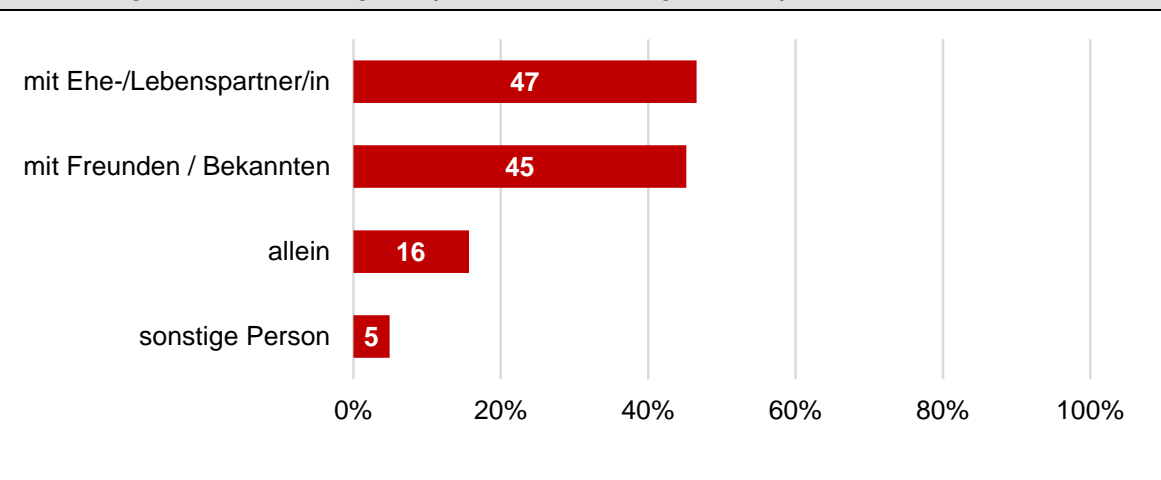
Frage 2: Wie oft besuchen Sie die Caligari FilmBühne normalerweise?

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020, n=1 321 Befragte,
Amt für Statistik und Stadtforschung

WInfo
DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

Caligari-Besuch meist mit Partner/-in und/oder Freunden

Für den Caligari-Besuch hat sich die überwiegende Mehrheit mit einer weiteren Person bzw. weiteren Personen verabredet: 47 % der Nennungen entfielen auf Ehe-/Lebenspartner/-in, 45 % auf Freunde/Bekannte und 5 % auf eine sonstige Person. Alleine kommen immerhin 16 % (vgl. Bild 12). Im Vergleich zu 2006 gehen damit weniger Leute alleine ins Kino (2006: 20 %) und mehr mit Ehe-/bzw. Lebenspartner/-in (2006: 36 %), während die Anteile der Freunde bzw. Bekannten sowie der sonstigen Personen als Kinobegleitung praktisch unverändert sind.

Bild 12:
Mit wem geht man ins Caligari? (Mehrfachnennungen, in %)

ohne „keine Angabe“

Frage 3: Besuchen Sie die heutige Vorstellung allein oder zusammen mit anderen?

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020, n=1 321 Befragte,
Amt für Statistik und Stadtforschung
 **Winfo**
DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

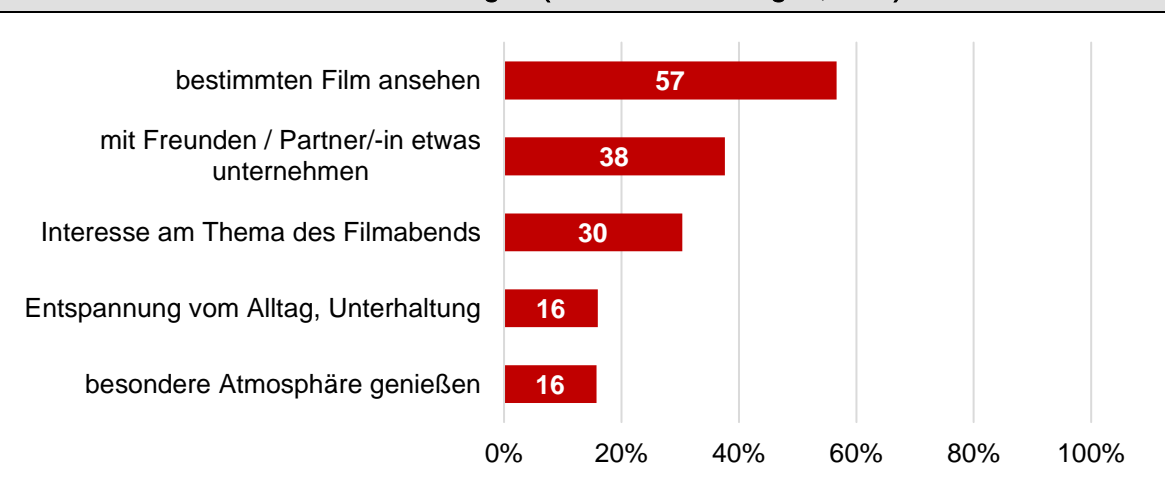
*Die gezielte Wahl des Films
steht als Besuchsmotiv
insgesamt im Vordergrund ...*

*... wobei für die verschiedenen
Altersgruppen durchaus weitere,
unterschiedliche Motive
wichtig sind*

Das Filmangebot an sich ist für die meisten Befragten der wichtigste Grund, das Caligari zu besuchen (vgl. Bild 13): Auf die Frage nach ihrem Motiv für den Besuch nannte mehr als die Hälfte der Besucher/-innen, einen bestimmten Film ansehen zu wollen. 38 % wollten etwas mit Freunden oder Partner/-in unternehmen, 30 % hatten Interesse am Thema des Filmabends und jeweils 16 % gaben an, auf der Suche nach Entspannung vom Alltag bzw. nach Unterhaltung zu sein oder die besondere Atmosphäre genießen zu wollen. Zwischen den Geschlechtern gibt es hier keine wesentlichen Unterschiede - einzig das gezielte Interesse am jeweiligen Thema des Filmabends haben Frauen etwas häufiger als Motivation für ihren Besuch angegeben (33 %, Männer: 25 %). Als Besuchsmotiv steht für die Jüngeren im Vordergrund, etwas mit Freunden bzw. dem Partner oder der Partnerin zu unternehmen. Entspannung vom Alltag suchen vermehrt die 40- bis 49-Jährigen, während ältere Befragte überdurchschnittlich oft durch ihr Interesse am Thema des Filmabends ins Caligari gelockt werden. Insbesondere 30- bis 39-Jährige kommen häufig auch, um die besondere Atmosphäre zu genießen, dagegen steht die Wahl eines bestimmten Filmes für sie weniger im Vordergrund.

Bild 13:

Gute Gründe für den Besuch im Caligari (Mehrfachnennungen, in %)



ohne „keine Angabe“

Frage 10: Welches Motiv stand für Ihren heutigen Besuch in der Caligari FilmBühne im Vordergrund? Bitte max. 2 Antworten ankreuzen

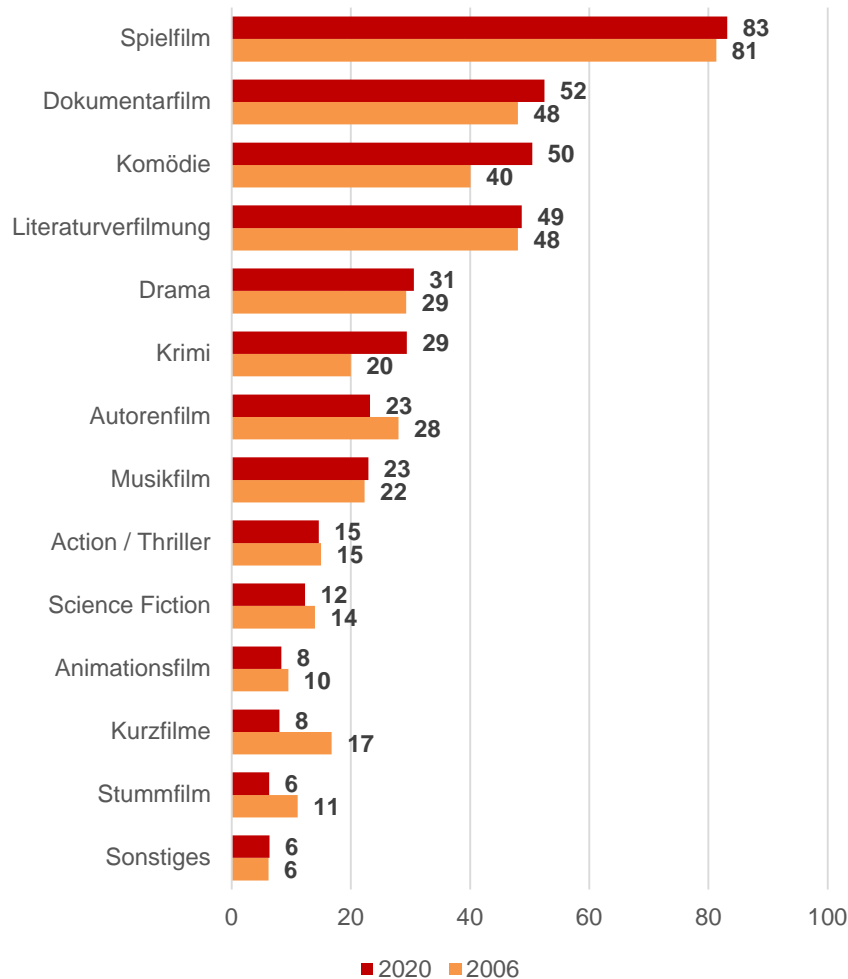
Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020, n=1 321 Befragte, Amt für Statistik und Stadtforschung

WInfo
DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

Spielfilme sind am beliebtesten, die Präferenzen haben sich zugunsten Komödien und Krimis verschoben

Das ausgesuchte Programm des Caligari, das auch Genres fern des Mainstreams bedient, trifft offenbar den differenzierten Filmgeschmack des Publikums. Bei der favorisierten Art von Filmen liegen Spielfilme ganz vorne - 83 % favorisieren (u.a.) sie. Danach liegen etwa gleichauf Dokumentarfilme, Komödien und Literaturverfilmungen (je etwa 50 %). Je etwa 30 % sprachen sich für Dramen und Krimis aus. Als etwas exotischere Genres liegen Animationsfilme, Kurzfilme und Stummfilme auf den hinteren Plätzen (vgl. Bild 14). Im Vergleich zur Befragung 2006 ist das Interesse an Komödien um etwa zehn Prozentpunkte gewachsen (2006: 40 %). Auch Krimis sind gegenwärtig deutlich beliebter (2006: 20 %), während Kurzfilme und Stummfilme nur noch von jeweils etwa halb so vielen Besucher/-innen wie 2006 favorisiert werden (2006: 17 % bzw. 11 %). Auch wenn die besonderen Genres nach wie vor sehr wichtig für das Publikum sind: Die genannten Veränderungen zeigen, dass sich die Präferenzen von Teilen des Publikums tendenziell in Richtung Mainstream verschoben haben.

Bild 14:
Die beliebtesten Film-Genres der Zuschauer/-innen (Mehrfachnennungen, in %)



Frage 7: Welche Arten von Filmen sehen Sie am liebsten? Bitte max. 5 Vorlieben ankreuzen

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020, n=1 321 Befragte, 2006 n=970 Befragte,
Amt für Statistik und Stadtforschung

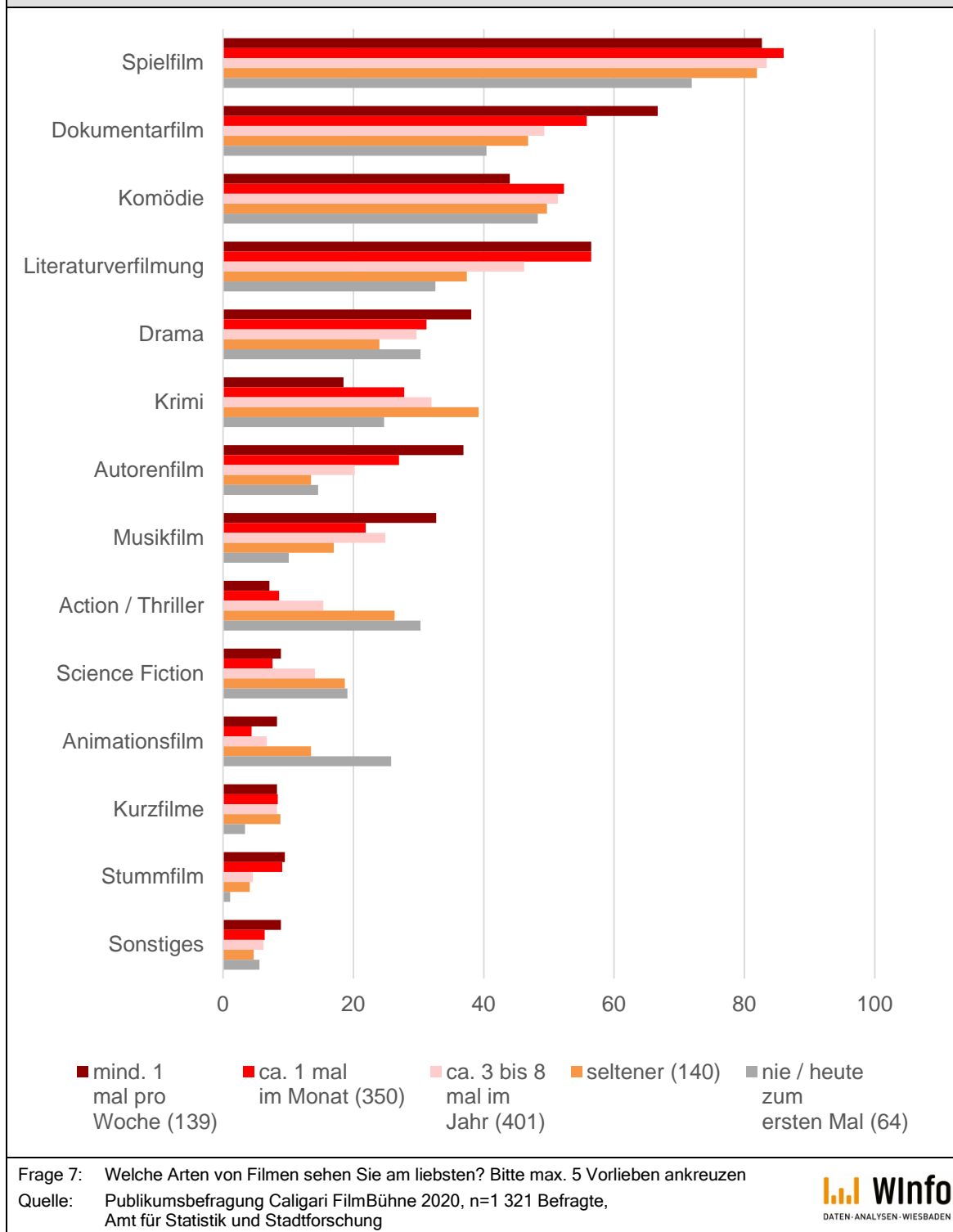
Winfo
DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

Für die Caligari-Stammgäste sind die besonderen Genres wichtiger als für Gelegenheitsbesucher/-innen

Hinsichtlich ihres Filmgeschmacks unterscheiden sich die besonders fleißigen Caligari-Besucher/-innen (mindestens ein Besuch pro Woche) durchaus von selteneren Besuchern: insbesondere Dokumentarfilme, Stummfilme, Musikfilme, Autorenfilme aber auch Literaturverfilmungen stehen bei den Stammgästen höher im Kurs als bei Gelegenheitsbesucher/-innen. Diese geben häufiger Krimis, Komödien, Action und Thriller sowie Science Fiction als favorisierte Genres an. Spielfilme und Kurzfilme stoßen bei beiden Gruppen auf ähnlich großes Interesse (vgl. Bild 15). Damit bestätigt sich auch der Befund aus 2006: Es

sind die Caligari-Stammgäste, die eher Ernstes und Anspruchsvolles bevorzugen.

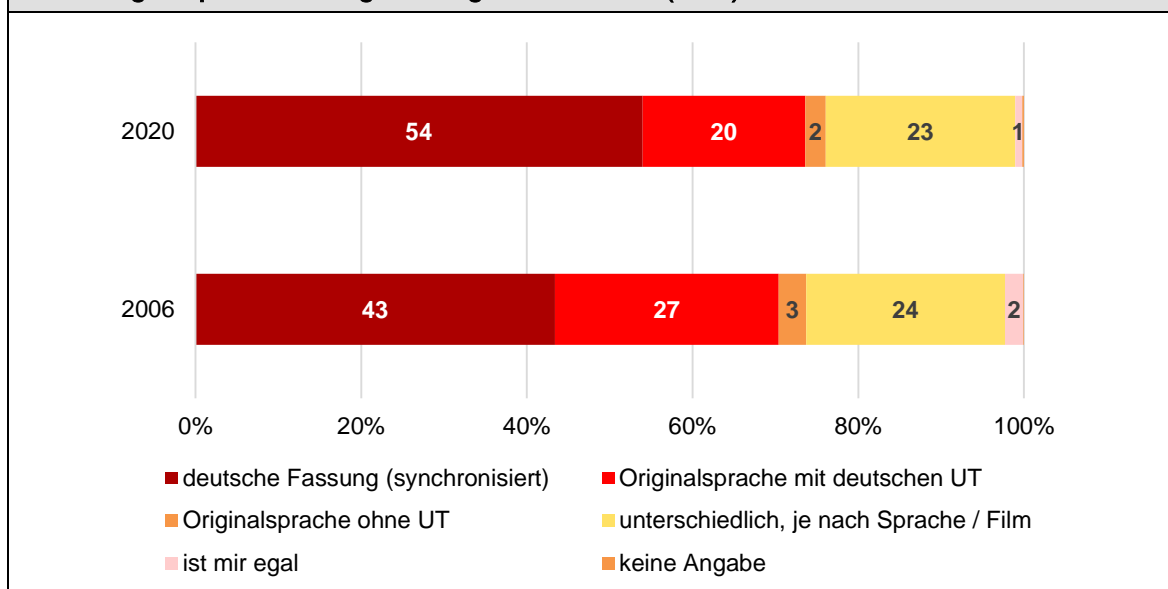
Bild 15:
Bevorzugte Genres nach Besuchshäufigkeit (in %)



Auch das Interesse an nicht-synchronisierten Sprachfassungen ist gegenüber 2006 gesunken

Knapp die Hälfte des Caligari-Publikums hat bei internationalen Filmen ausgeprägtes Interesse an der Originalfassung bzw. ist prinzipiell offen dafür (45 %, vgl. Bild 16, 2006: 54 %). Allerdings traut sich nur eine kleine Minderheit von 2 % zu, Filme in der Originalsprache ohne Untertitel (OV) sehen zu wollen. 54 % sehen am liebsten die synchronisierte, deutsche Fassung. Damit ist auch hier der Anteil der „Exoten“ unter den Kinogängern gesunken: 2006 bevorzugten 43% die synchronisierte Fassung, während die Gruppe derjenigen, die die Originalsprache mit deutschen Untertiteln (OmU) bevorzugte, deutlich größer war (27 %, 2020: 20 %).

Bild 16:
Bevorzugte Sprachfassung im Vergleich zu 2006 (in %)



Frage 8: In welcher Sprachfassung sehen Sie internationale Filme am liebsten?
Bitte nur 1 Antwort ankreuzen!

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020, n=1 321 Befragte, 2006 n=970 Befragte,
Amt für Statistik und Stadtforschung

Winfo
DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

Überwiegend jüngere bzw. mittlere Altersgruppen ...

Wie auch im Jahr 2006 sind es die Jüngeren, die (vermutlich aufgrund größerer Sprachkompetenz) häufiger Lust haben, sich Filme in der Originalsprache (OV) oder mit deutschen Untertiteln (OmU) anzusehen. Unter den 30- bis 49-Jährigen sind es 26 % (OmU) bzw. 4-5 % (OV), während die Bereitschaft zu beidem ab der Gruppe 50 plus abnimmt. Von den über 60-Jährigen bevorzugen zwei Drittel Filme in der deutschen (synchronisierten) Fassung.

*... bzw. häufige Besucher/-innen
möchten Filme
ohne Synchronisation sehen*

Auch die Besuchshäufigkeit macht einen Unterschied: Nur 43 % der Cineasten, die das Caligari mindestens einmal in der Woche besuchen, bevorzugen Filme in der deutschen (synchronisierten) Fassung (insgesamt 54 %). Gleichzeitig liegt der Anteil derer, die OmU-Filme bevorzugen, in dieser Gruppe bei 28 % (insgesamt 20 %). In der Originalversion gezeigten Filmen können die fleißigsten Kinogänger jedoch eher noch weniger abgewinnen als alle anderen Gäste, was vermutlich damit zusammenhängt, dass in dieser Gruppe die meisten Älteren vertreten sind.

*Tendenzieller Zusammenhang:
Vielfältige Filmbegeisterung
und die Bereitschaft, nicht-
synchronisierte Filme zu sehen*

Wer häufig ins Murnau-Filmtheater, ein anderes Programmokino in Mainz oder Frankfurt/M. geht, häufig Filme im Heimkino sieht oder Streaming-Dienste nutzt, kann offenbar als wirklich filmbegeistert gelten (zu alternativen Filmangeboten vgl. S. 33/34, Bild 18). Diese Besuchergruppen sehen sich nämlich gleichzeitig auch häufiger Filme in der Originalversion oder mit Untertiteln an als Wenignutzer dieser Filmangebote. Für häufige Besucher/-innen der Wiesbadener Cineplex-Kinos gilt das nur bei OV-Filmen, für CineStar-Besucher/-innen hingegen gar nicht. Da für einige Gruppen kleine Fallzahlen zugrunde liegen, sind diese Aussagen jedoch nur als Tendenz zu werten.

*50 % der Befragten haben bisher
mindestens einmal eines
der Festivals besucht*

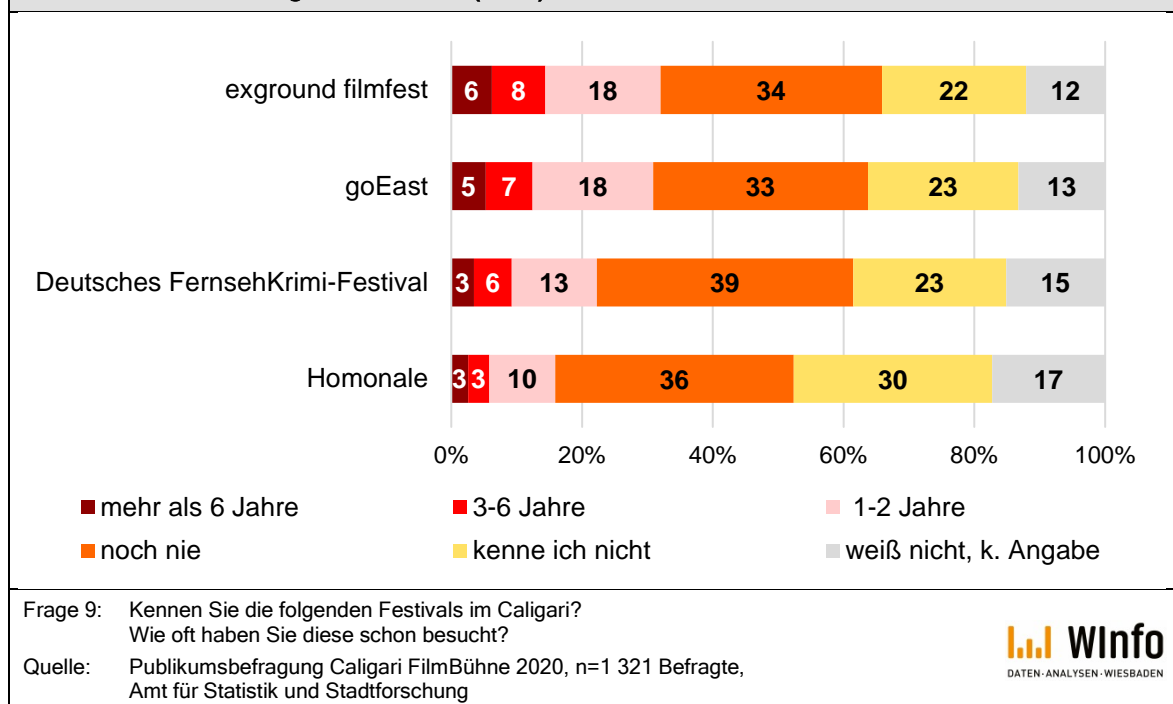
Wer die Caligari FilmBühne besucht, kennt meistens auch die vier dort stattfindenden Festivals, wenn auch häufig nur vom Hören-Sagen. Tatsächlich besucht hat jeweils nur ein kleinerer Anteil des Publikums die verschiedenen Festivals (vgl. Bild 17). Insgesamt haben 655 Personen mindestens einmal (irgend)eines der Festivals besucht, also knapp die Hälfte der 1 321 Befragten.

*Am bekanntesten und am
häufigsten besucht: das
exground-filmfest und
das goEast-Festival*

Das unter den Befragten bekannteste Festival und gleichzeitig auch das älteste Filmfestival der Stadt ist das jährlich im November in der Caligari FilmBühne stattfindende exground-filmfest. Ein Drittel der Befragten gab an, es bisher in mindestens einem Jahr besucht zu haben. Ein weiteres Drittel hat davon gehört, ohne es bisher besucht zu haben. Ähnlich bekannt und ähnlich häufig besucht wird das jährlich im April/Mai stattfindende goEast-Festival des

Mittel- und Osteuropäischen Films. 22 % haben das jährlich im März stattfindende Deutsche FernsehKrimi-Festival bisher mindestens einmal besucht, knapp 40 % haben davon zumindest bereits gehört. Von der im Januar stattfindenden Homonale haben 37 % des befragten Publikums zumindest gehört, weitere 16 % waren bisher mindestens einmal dabei. Bei allen Festivals ist der Anteil der sporadischen bzw. neuen Besucher/-innen (bisher in 1-2 Jahren besucht) am größten und nur jeweils ein kleiner Teil der Befragten zählt mit Besuchen in mehr als sechs Jahren zum Stammpublikum des jeweiligen Festivals.

Bild 17:
Bekanntheit der Caligari-Festivals (in %)



*Die Bekanntheit bzw.
Besuchshäufigkeit der Festivals
korrespondiert mit der Besuchshäufigkeit im Caligari
insgesamt*

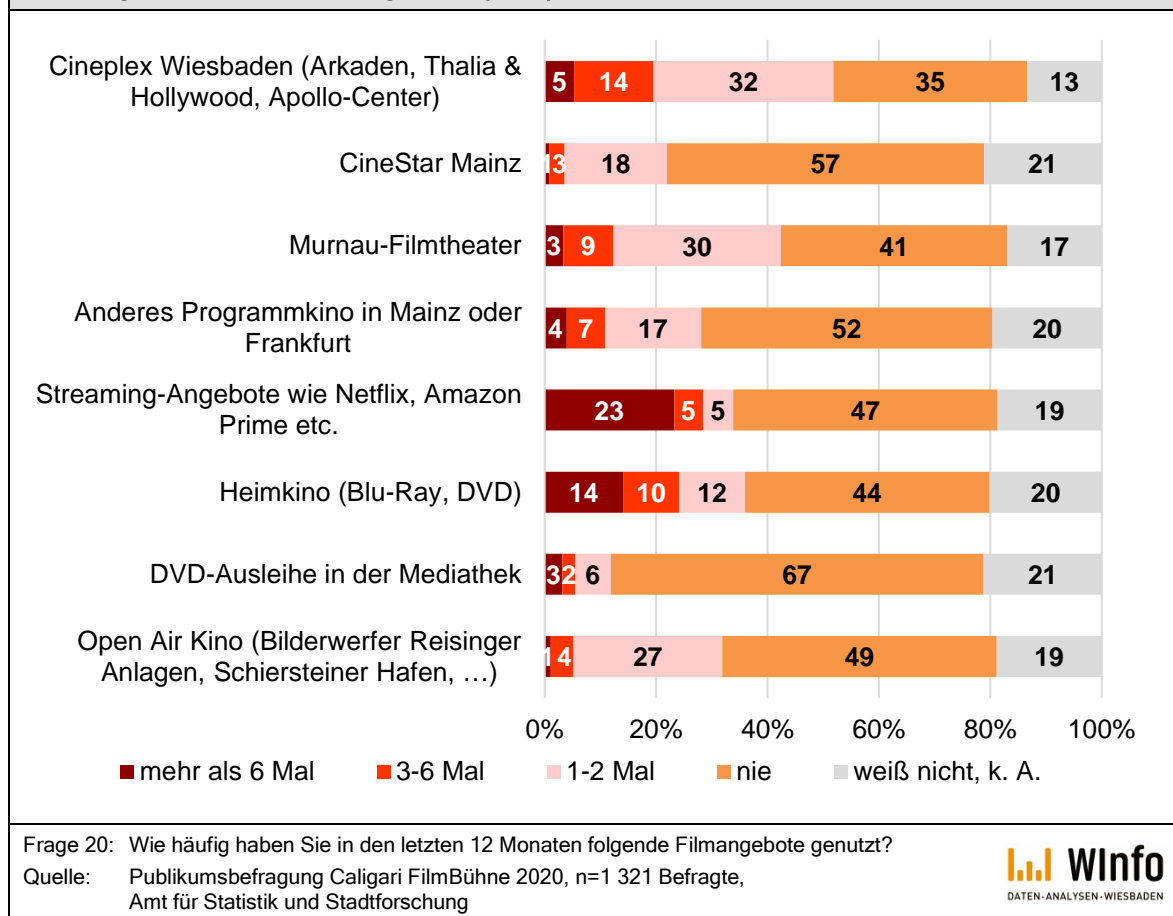
Erwartungsgemäß schlägt sich die Besuchshäufigkeit in der Caligari FilmBühne auch auf die Kenntnis bzw. den Besuch der Festivals nieder: Unter den Stammgästen, die das Kino mindestens einmal pro Woche besuchen, liegt der Anteil derer, die von den vier Festivals noch nie gehört haben bzw. sie noch nie besucht haben, am niedrigsten. Je seltener man das Caligari besucht, desto weniger bekannt bzw. seltener besucht sind auch die Festivals.¹⁶ Für alle Festivals insgesamt gilt: Mindestens einmal (irgend)

¹⁶ Zu Bekanntheit und Besuch der Festivals vgl. Tab. 5A bis 8A im Anhang.

eines der Festivals besucht haben 68 % bzw. 66 % der Stammgäste, die das Caligari mindestens einmal pro Woche oder mindestens einmal pro Monat besuchen. 49 % bzw. 19 % sind es unter denjenigen, die das Caligari drei- bis achtmal im Jahr oder seltener besuchen.

Die Wiesbadener Cineplex-Kinos sind die am häufigsten genutzte Alternative zum Caligari, auf Platz 2: das Murnau-Filmtheater, ...

Neben der Caligari FilmBühne stehen in Wiesbaden und der Region zahlreiche andere Kinos bzw. cineastische Events zur Verfügung. Das in den vergangenen Jahren stetig ausgeweitete Streaming-Angebot und die Möglichkeit, das eigene Heimkino durch ausgeliehene DVDs zu ergänzen, vervielfachen die Möglichkeiten für Filmfans. So werden die Streaming-Angebote von einem knappen Viertel der Befragten rege genutzt, weitere 10 % nutzen sie sporadisch. Am weitesten verbreitet ist jedoch der Besuch der Wiesbadener Cineplex-Kinos: Mehr als die Hälfte gibt an, diese zumindest ein- bis zweimal im Jahr, viele jedoch auch öfter, zu besuchen. Auch das Murnau-Filmtheater wird von immerhin 42 % der Befragten frequentiert. Das Mainzer CineStar (22 %) sowie Mainzer und Frankfurter Programmkinos (28 %), spielen eine kleinere Rolle in der Kinolandschaft der Befragten, wie Bild 18 zeigt.

Bild 18:
Nutzung alternativer Filmangebote (in %)

... jedoch nur für
Caligari-Stammgäste

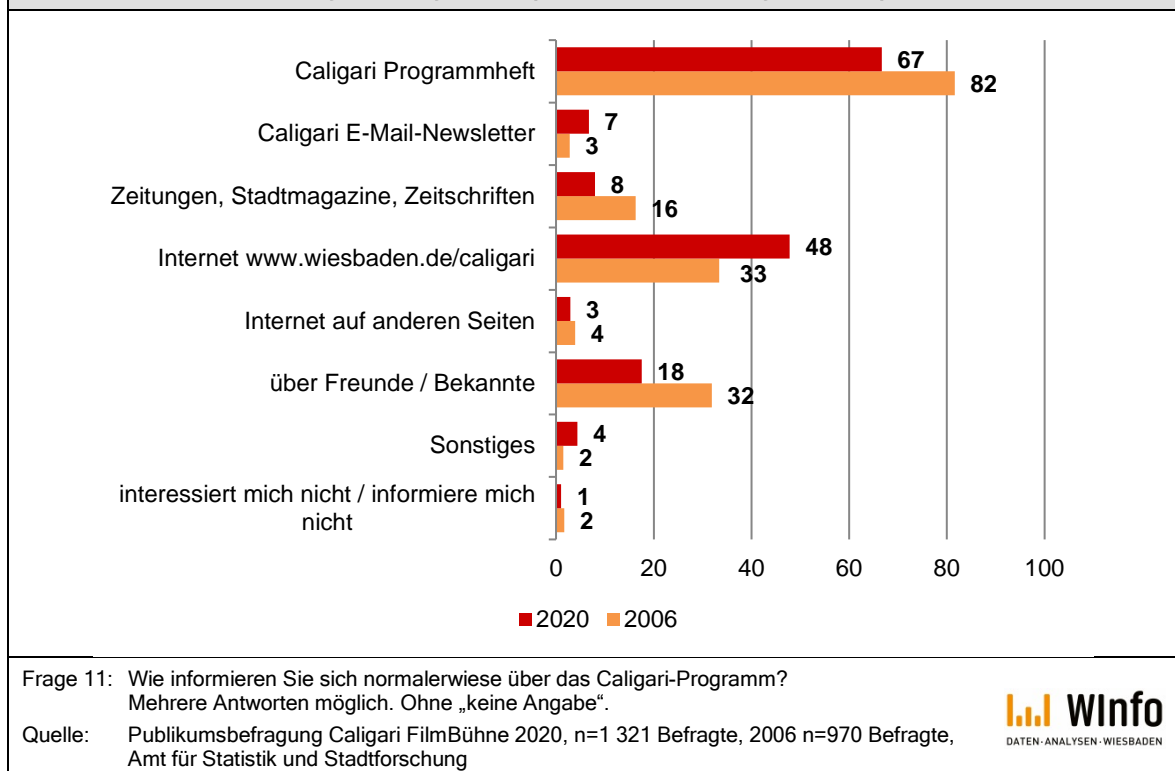
Wer häufig ins Caligari geht, nutzt durchaus auch die Wiesbadener Cineplex-Kinos. Streaming-Angebote hingegen sind unter Caligari-Fans weniger beliebt als unter den seltenen Besucher/-innen. Filme auf Blu-Ray oder DVD nutzen ebenfalls eher die seltenen Caligari-Gäste für ihr Filmerlebnis. Wieder anders sieht es aus beim Murnau-Filmtheater: Dieses ist für Caligari-Fans durchaus eine Alternative - wer jedoch selten ins Caligari geht, den findet man auch sehr selten dort.

Insgesamt geht die Bedeutung der gedruckten Programm-informationen zurück, aufgeholt haben die Online-Angebote

Das Caligari-Programmheft und das Internet sind die wichtigsten Informationsquellen für die Besucher/-innen, wobei das Programmheft nach wie vor an der Spitze steht. Weitere Quellen werden deutlich seltener genannt (vgl. Bild 19). Im Vergleich zu 2006 zeigt sich: der allgemeine Trend zur Digitalisierung setzt sich auch im Vorfeld des Kinobesuchs fort. Neben dem Programmheft sind auch

Zeitungen und Zeitschriften sowie auskunftswillige Freunde und Bekannte aktuell weniger wichtig als 2006, während die Internetseite www.wiesbaden.de/Caligari und - auf geringerem Gesamtniveau - auch der Newsletter mehr Bedeutung erhielten. Die mit Abstand wichtigste Auslagestelle für das Programmheft ist das Caligari selbst (376 Nennungen, hinzu kommen 109 Nennungen „Kino“¹⁷). Mitunter wird es auch aus der Tourist-Information oder durch den Kulturbrief bezogen. Andere Auslagestellen wie Bibliotheken, Rathaus, Murnau-Filmtheater, Buchhandlungen und Cafés werden jeweils deutlich unter 10mal als Bezugsquelle genannt (s. Tab. 9A zur Informationsquelle und Tab. 10A zu Auslagestellen im Anhang).

Bild 19:
Informationen zum Caligari-Programm (Mehrfachnennungen, in %)



Für Stammgäste sind das Programmheft und der Newsletter

Was im Caligari läuft, erfährt das Stammpublikum zu 80 % und damit deutlich häufiger durch das Programmheft als

¹⁷ Bei diesen 109 Nennungen ist nicht immer klar, ob es sich um die Caligari FilmBühne oder um ein anderes Kino handelt.

*wichtiger als für gelegentliche
Besucher/-innen, ...*

Besucher/-innen, die nur wenige Male im Jahr ins Caligari gehen. Auch der Newsletter erfreut sich in dieser Gruppe etwas größerer Beliebtheit. Wer drei- bis achtmal jährlich oder seltener das Caligari besucht, informiert sich hingegen häufiger als die Stammgäste auf der Internetseite über das aktuelle Programm.

*... ebenso für Ältere.
Online-Informationen werden
überwiegend von Jüngeren
genutzt*

Auch zwischen den verschiedenen Altersgruppen gibt es Unterschiede im Informationsverhalten: Je älter die Befragten sind, desto wichtiger ist ihnen das Programmheft als Informationsquelle. 31 % der unter 30-Jährigen informieren sich normalerweise mittels der kleinen Print-Publikation, bis zur Gruppe der 60 bis 69-Jährigen steigt dieser Anteil auf 75 % (70 Jahre und älter: 70 %). Der Newsletter gewinnt ab der Gruppe 50 plus kontinuierlich an Bedeutung. Zeitungen und Zeitschriften werden von den Gruppen 60 plus überdurchschnittlich häufig genutzt. Folgerichtig bleibt die Internetnutzung das Metier der Jüngeren: während u.a. die unter 29-Jährigen zusätzlich öfters auch „andere“ Internetseiten nutzen, ist ihr Nutzungsanteil von www.wiesbaden.de/caligari entsprechend etwas geringer als bei den 30- bis 59-Jährigen. Diese wiederum informieren sich zu zwei Dritteln bzw. zu mindestens 54 % durch die Caligari-Seite auf der städtischen Homepage.

*Fast drei Viertel der Befragten
haben schon Tickets im Vorver-
kauf gekauft, deutlich mehr als
2006*

72 % der befragten Besucher/-innen haben schon einmal eine der Vorverkaufsmöglichkeiten genutzt, 25 % gaben an, ihre Tickets immer direkt an der Abendkasse zu beziehen. Gegenüber 2006 bedeutet das eine Umkehr der Verhältnisse: In der ersten Publikumsbefragung hatten nur 27 % der Befragten angegeben, bereits den Vorverkauf genutzt zu haben, wobei dieser damals noch nicht online zu haben war und sich die Fragestellung demnach auf den Vorverkauf in der Tourist-Information und an der Caligari-Kasse bezogen hatte.

Am stärksten wird das Online-Angebot für den Vorverkauf genutzt

Von der Publikumsmehrheit, die sich im Vorfeld um Tickets bemüht, tun dies 61 % auch oder ausschließlich online, 52 % an der Caligari-Kasse und 21 % in der Tourist-Info. Die starke Nutzung des Online-Angebotes zeigt, dass der Vorverkauf mit der Einführung des Ticketing-Systems deutlich attraktiver geworden ist und einen großen Unterschied im Ticket-Kaufverhalten verursacht hat.

Caligari-Kasse und Tourist-Info sind wichtige Vorverkaufsstellen für die „typischen“ Stammgäste

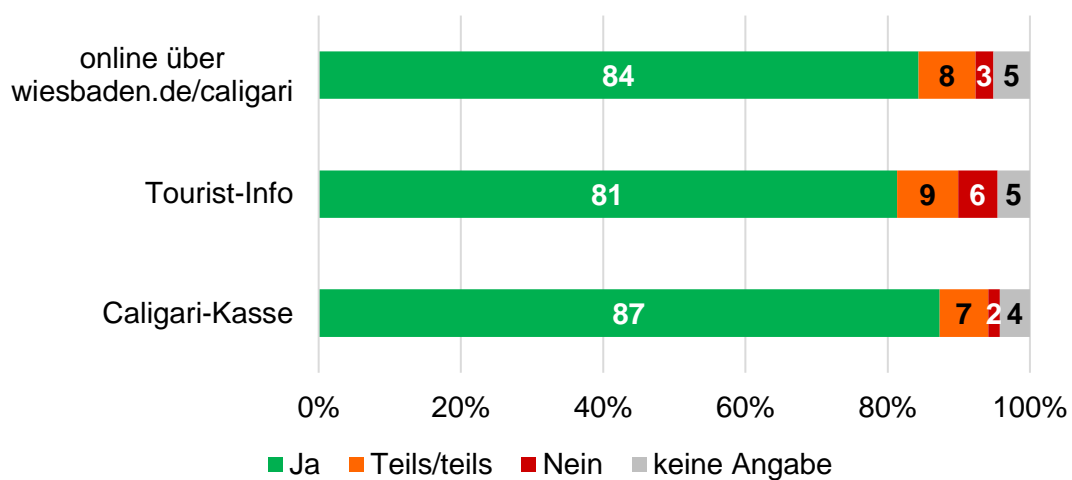
Frauen kaufen häufiger als Männer ihre Tickets im Vorverkauf der Tourist-Info und an der Caligari-Kasse. Erwartungsgemäß erfahren diese beiden Verkaufsstellen überdurchschnittlichen Zulauf durch die Altersgruppe 60 plus, ebenso wie aus der Gruppe derjenigen, die das Caligari mindestens einmal monatlich besuchen. Deutlich seltener beziehen Befragte von außerhalb ihre Tickets von dort, hier spielt der Online-Vorverkauf eine größere Rolle.¹⁸

Mit allen Vorverkaufsmöglichkeiten herrscht weit überwiegend Zufriedenheit

Hinsichtlich der Zufriedenheit mit den Vorverkaufsmöglichkeiten bestehen keine großen Unterschiede. Jeweils über 80 % der Befragten sprechen ein positives Urteil über die verschiedenen Vorverkaufsquellen, wobei die Caligari-Kasse mit etwas Vorsprung am besten abschneidet (vgl. Bild 20).¹⁹ Der Anteil der explizit Unzufriedenen liegt bei maximal 6 % (Tourist-Info).

¹⁸ Zur Nutzung des Vorverkaufs durch die einzelnen Besuchergruppen siehe Tab. 11A im Anhang.

¹⁹ Für die weitere Beurteilung des Vorverkaufs bzw. Anmerkungen des Publikums dazu siehe Abschnitte 3.3.3 Zufriedenheit mit verschiedenen Punkten und 3.3.4 Gründe für Unzufriedenheit

Bild 20:
Zufriedenheit mit den Vorverkaufsmöglichkeiten

Frage 12a: Waren Sie mit den Vorverkaufsmöglichkeiten für Caligari-Eintrittskarten zufrieden?

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020, n=1 321 Befragte,
Amt für Statistik und Stadtforschung

DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

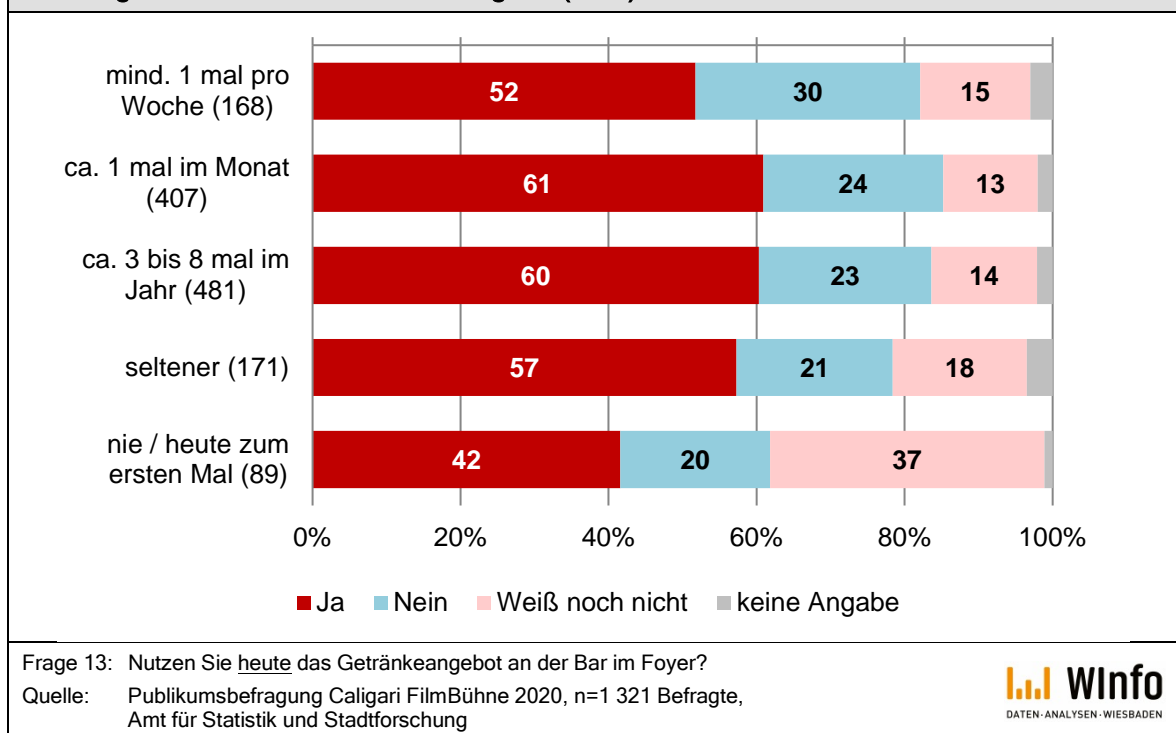
*Drei Viertel der Besucher/-innen
nutzen die Bar sicher oder sind
zumindest nicht abgeneigt*

Die Mehrheit der Befragten möchte am Tag ihres Besuches auch die Bar im Caligari nutzen: Für 58 % sollte der Besuch der Bar zum Kinoabend gehören. Weitere 16 % hatten noch keine Entscheidung getroffen und 24 % nicht die Absicht, die Bar am Abend ihrer Befragung zu nutzen. 2006 hatten sich 62 % für den Besuch der Bar vor oder nach dem Film an ihrem Befragungstag entschieden, 29 % dagegen.

*Wer einmal monatlich
oder seltener kommt,
nutzt die Bar etwas häufiger
als es die Stammgäste tun*

Je nach Besuchshäufigkeit gibt es Unterschiede hinsichtlich der Barnutzung: Stammgäste (kommen mindestens einmal pro Woche ins Caligari) und insbesondere diejenigen, die am Befragungstag zum ersten Mal im Caligari waren, hatten am seltensten die Absicht, sich an der Bar anzustellen. Prinzipiell herrscht unter den Besuchsneulingen aber Offenheit, die Bar evtl. spontan ausprobieren zu wollen (weiß noch nicht: 37 %). Wer einmal monatlich oder seltener kommt, verbindet seinen Kinobesuch etwas häufiger mit einem Barbesuch als es Stammgäste tun (vgl. Bild 21).

Bild 21:
Nutzung der Bar nach Besuchshäufigkeit (in %)



*Mittlere Altersgruppen
nutzen die Bar häufiger als junge
und ältere Kinobesucher/-innen,
auch Bezieher hoher Haushalts-
einkommen sind öfter dort*

Während Männer und Frauen ähnlich häufig an der Bar anzutreffen sind, bestehen Unterschiede zwischen den Altersgruppen: Wer unter 29 oder über 70 Jahre alt ist, hat seltener Interesse am Besuch der Bar als alle mittleren Altersgruppen.²⁰ Etwas Einfluss auf die Barnutzung hat offenbar auch das Einkommen: Haushalte mit einem Nettoeinkommen von über 5.000 € besuchen die Bar häufiger als der Durchschnitt. Aus den Einkommensgruppen bis 2.500 € netto sind es hingegen unterdurchschnittlich viele. Von den Besucher/-innen in Begleitung von Partner/-in oder Freunden/Bekannten nutzten gut 60 % am Befragungstag die Bar. Mit knapp der Hälfte (47 %) der Solo-Besucher/-innen und 43 % in Begleitung einer anderen Person sind es bei diesen Konstellationen weniger (vgl. Tab. 13A im Anhang).

²⁰ Für Anmerkungen des Publikums zu Betrieb und Angebot der Bar siehe Abschnitt 3.3.3 Zufriedenheit mit verschiedenen Punkten.

3.3 Bewertungen und Wünsche

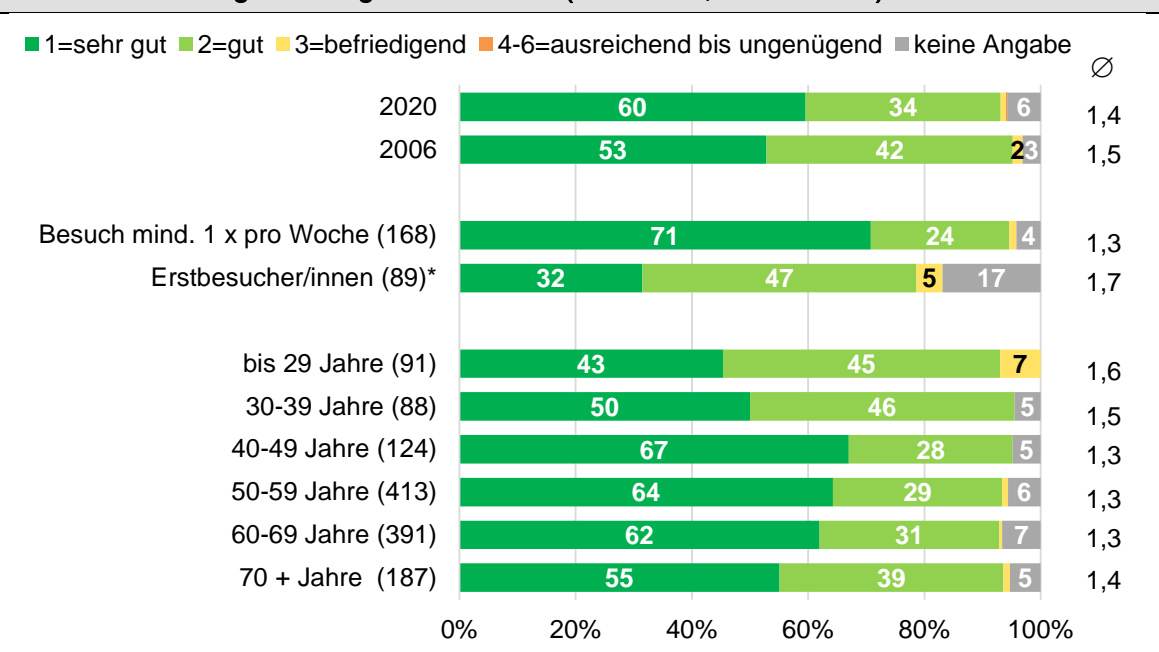
Neben allen Angaben rund um ihre Nutzungsgewohnheiten hatten die Besucher/-innen auch die Gelegenheit, Bewertungen und Wünsche zu äußern, Lob und Kritik auszudrücken.

3.3.1 Gesamtbewertung

*Publikumsbewertung insgesamt:
Caligari ist „Spitze“*

Im Gesamturteil des Publikums erreicht die Caligari Film-Bühne Spitzenbewertungen (Bild 22): 60 % vergeben die Note 1, weitere 34 % eine 2. Nur etwa 1 % vergibt eine darunter liegende Bewertung, wobei 5 und 6 gar nicht vorkommen und eine 4 nur ein einziges Mal vergeben wird. Über alle Befragte hinweg wird ein Notendurchschnitt von 1,4 erreicht. Die Gesamtbewertung fällt damit sogar noch etwas besser aus als die ohnehin schon sehr gute Bewertung in 2006.

Bild 22:
Gesamtbewertung der Caligari FilmBühne (Schulnote, Anteile in %)



Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020; n=1 321 Befragte
Amt für Statistik und Stadtforschung

Unterschiedliche Besuchergruppen unterscheiden sich nur wenig in der Gesamtwertung

Angesichts der insgesamt geringen Streuung in der Notenvergabe sind nur sehr geringe Trendunterschiede zwischen verschiedenen Besuchergruppen im Publikum feststellbar. Wie zu erwarten fällt die Bewertung umso besser aus, je häufiger die Befragten die Caligari FilmBühne besuchen. Aber auch seltene Besucherinnen und Besucher sowie Befragte, die erstmals einen Kinoabend dort verbringen, vergeben keine schlechten Noten. Mit steigender Einkommensgruppe wird die Bewertung tendenziell positiver. Etwas abgestuft sind die Noten auch nach Einzugsgebiet der Besucher, mit dem besten Schnitt bei Befragten aus der Wiesbadener Innenstadt, sowie nach Geschlecht (vgl. Tab 14A im Anhang): Frauen vergeben im Vergleich zu Männern tendenziell noch etwas häufiger Bestnoten (63 % vs. 55 % mal „sehr gut“). Allerdings sind die beiden letztgenannten Merkmale mit der Besuchshäufigkeit korreliert.

Etwas weniger enthusiastisch in ihrer Bewertung sind jüngere Besucherinnen und Besucher, während die „mittlere“ Altersgruppe von 40 bis 49 Jahren am häufigsten eine 1 vergibt.

Das Caligari kann durch viele Stärken punkten. Die wichtigsten: Ambiente und Atmosphäre, Filmangebot und -auswahl

3.3.2 Stärken und Besonderheiten aus Publikumssicht

Was sie am Caligari „besonders gut“ finden, durften die Besucher/-innen auch frei formulieren: Das Ergebnis ist, dass viele Bereiche rund ums Caligari von den Besucher/-innen sehr gelobt werden: 2 548 positive Aspekte wurden von den Befragten als offene Antworten genannt, allein 29 % der Nennungen entfielen auf das Ambiente bzw. die Atmosphäre des Caligari. Knapp 20 % lobten die Vielfalt der Filmauswahl, weitere 5 % Besonderheit, Anspruch und Mischung der Filme. 10 % finden die Bestuhlung bzw. die Beinfreiheit toll. Neben Lob für die Preise, das angenehme Publikum, die Architektur oder schlichtweg „alles“ (2 %), ist es für 102 Personen (4 %) das „schönste“ oder „beste“ Kino in Wiesbaden, in Hessen, in Deutschland oder der Welt (vgl. Tab. 3).

*Das Publikum nimmt die Stärken
des Kinos ähnlich wahr wie
bei der Befragung 2006*

Ähnlich wie 2006 werden also sehr viele verschiedene Aspekte des Caligari lobend hervorgehoben. Im Wesentlichen sind die großen Pluspunkte des Kinos in der Publikumswahrnehmung auch gleich geblieben: sowohl inhaltlich als auch die Größenordnungen, mit denen einzelne Aspekte genannt wurden, sind der Wahrnehmung im Jahr 2006 überwiegend ähnlich. Neu auf der Liste sind aber jeweils einige Nennungen, die es begrüßen, dass es keine/kaum Werbung und kein Popcorn gibt.

Tab. 3:
Was gefällt an der Caligari FilmBühne besonders gut?
Lob aus Sicht der Besucher/-innen für die Caligari FilmBühne (Nennungen absolut)

	abs.	in % der Nennungen
Ambiente, Räumlichkeiten, Gebäude		
Ambiente / Atmosphäre	738	29,0
Bestuhlung, Sitzplatzanordnung	253	9,9
Kinosaal, Räumlichkeiten: Raumgestaltung / Ausstattung allg.	196	7,7
Gebäude, Architektur	47	1,8
Gemütlichkeit, bequem, klein	31	1,2
Alter, das "Alte"	15	0,6
edel, elegant, stilvoll, niveauvoll	11	0,4
Kinogröße	7	0,3
familiäre Atmosphäre	7	0,3
Sauberkeit	9	0,4
Foyer	7	0,3
Toiletten	5	0,2
Filmprogramm		
Filmauswahl, Filmangebot, Vielfalt	497	19,5
besondere, außergewöhnliche Filme	121	4,7
Themenfilme / Themenangebot der Filme	22	0,9
OmU / OV Filme	22	0,9
keine/kaum Werbung	19	0,7
Festivals	8	0,3
Diskussion/Kontakt mit Regisseuren	6	0,2
Mainstreamfilme	4	0,2
Vorführzeiten	3	0,1
Publikum, Preise, Personal, Service		
Publikum	67	2,6
Preise allg. (angemessen, bezahlbar, günstig)	49	1,9
Getränke (in Gläsern), Getränkauswahl	31	1,2
gute Abspielqualität, Technik, Leinwand	31	1,2
Personal (nett, freundlich, entgegenkommend, guter Service)	22	0,9
kein Popcorn	22	0,9
Getränkeablagen, Abstellmöglichkeiten für Getränke	20	0,8
Bar, Bistro allg.	18	0,7
Mitnahmemöglichkeit von Getränken in Saal	12	0,5
Preise (spez.), Vergünstigungen, 10er Karte, VVK per Internet	4	0,2
Barrierefreiheit	3	0,1
Verzehrmöglichkeiten, Snacks	2	0,1
Gesamtes Caligari-Angebot		
alles	51	2,0
Schönstes Kino (in Wiesbaden, Hessen, Deutschland, der Welt)	102	4,0
Originalität, Individualität, anders	16	0,6
Programmkinocharakter	13	0,5
zentrale Lage, Innenstadt	23	0,9
Erreichbarkeit (Fahrradplätze, Bus, RMV-Ticket, Parkplätze)	6	0,2
Sonstige Nennungen	11	0,4
insgesamt	2 548	100,0

Frage 14: Was finden Sie am Caligari besonders gut?
Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020, n=1 321 Befragte,
Amt für Statistik und Stadtforschung

*Eine mögliche Schließung
des Caligari: großer Verlust
für die Stadt Wiesbaden,
die Kultur und für viele
Besucher/-innen persönlich*

Entsprechend betroffen reagieren viele Besucher/-innen auf die als Gedankenspiel gemeinte Ergänzung des Satzes „Wenn es die Caligari FilmBühne nicht mehr gäbe ...“. Von den 1 314 Nennungen beschreiben 32 % einen Kulturverlust für die Stadt Wiesbaden, weitere 15 % einen Kulturverlust allgemein. 29 % beziehen sich auf Attribute wie „sehr schade“, „traurig“, „schlimm“ und in weiteren 9 % der Nennungen wird ein (sehr) großer persönlicher Verlust befürchtet. Als Konsequenz wurde zu 7 % genannt, nicht mehr oder seltener ins Kino gehen zu wollen, sollte es das Caligari nicht mehr geben. Andere Kinos (konkret) werden nur selten als Alternative genannt. Lediglich für zwei Personen stellt die (fiktive) Schließung des Caligari „kein Problem“ dar (vgl. Tab. 4).

Tab. 4:
Ein Gedankenspiel: Was würde die Schließung des Caligari bedeuten?

	abs.	in % der Nennungen
(Kultur-)verlust für Wiesbaden	420	32,0
wäre sehr schade / traurig / schlimm	379	28,8
(Kultur-)verlust allg.	194	14,8
persönlicher Verlust	120	9,1
würde ich nicht mehr / seltener ins Kino gehen	87	6,6
müsste man es neu erfinden / wieder eröffnen	24	1,8
müsste ich eine Alternative suchen / in ein anderes Kino gehen	21	1,6
würde ich in ein anderes Kino gehen (konkret)	18	1,4
Einzigartigkeit/Individualität ginge verloren	12	0,9
würde ich ins Murnau Filmtheater gehen	12	0,9
Sonstiges	8	0,6
würde ich nicht mehr / seltener nach Wiesbaden kommen	7	0,5
nicht zuzuordnen	6	0,5
müsste / würde ich fernsehen/streamen	4	0,3
wäre auch kein Problem	2	0,2
insgesamt	1 314	100,0

Frage 15: Vervollständigen Sie folgenden Satz: Wenn es die Caligari FilmBühne nicht mehr gäbe ...

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020, n=1 321 Befragte,
Amt für Statistik und Stadtforschung

*Insgesamt auch gute Bewertung
einzelner Serviceaspekte,
dennoch Abstufungen
in der Zufriedenheit erkennbar*

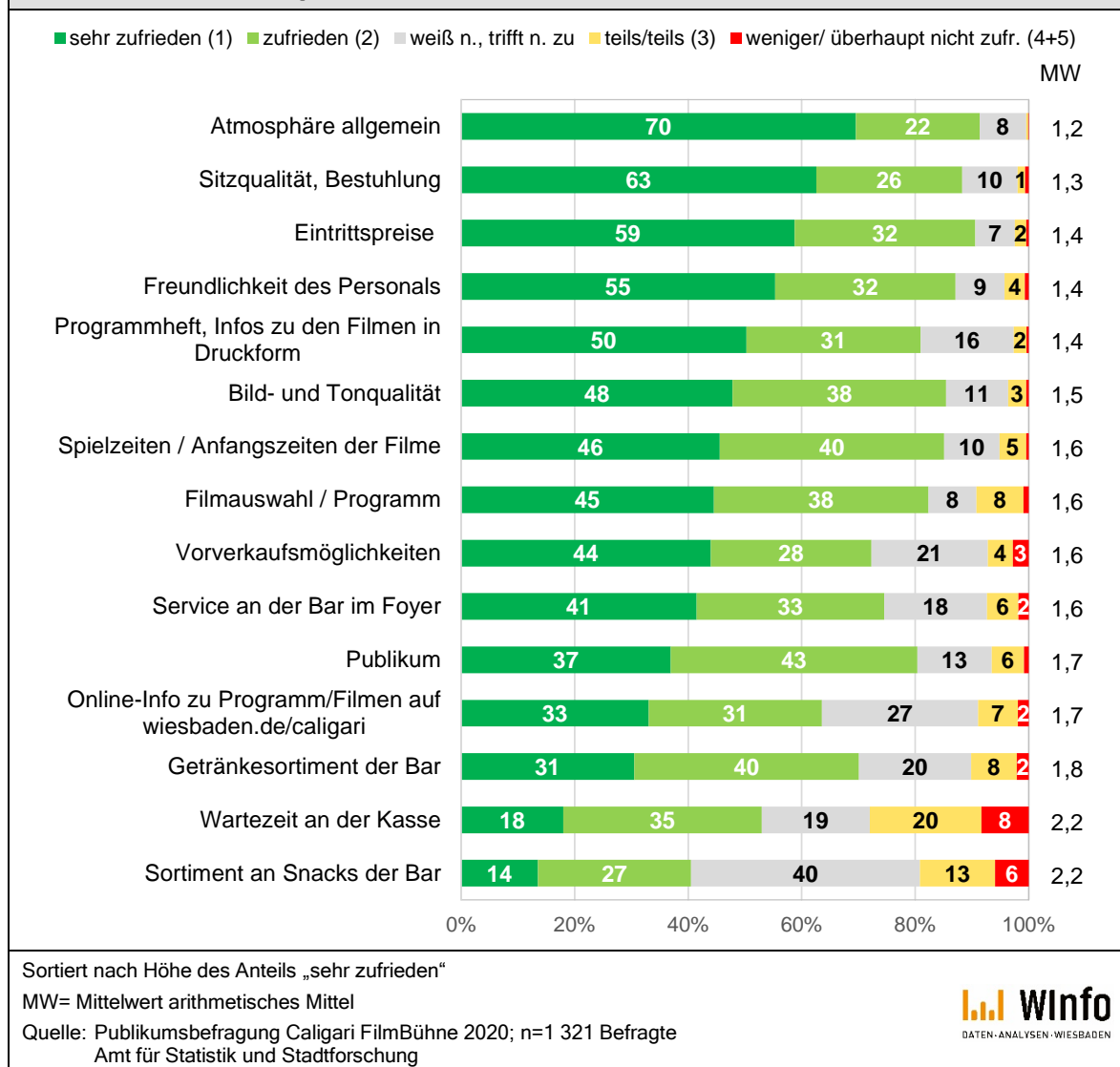
3.3.3 Zufriedenheit mit verschiedenen Punkten

Auch bei der Bewertung von Einzelaspekten überwiegt die Zufriedenheit (Bild 23). Nennenswerte Anteile unzufriedener oder nur teils zufriedener Bewertungen erhalten lediglich die **Wartezeit an der Kasse** (8 % sind damit unzufrieden, 20 % nur teilweise zufrieden) und das **Snacksortiment der Bar** (hiermit sind 6 % unzufrieden, 13 % nur teilweise zufrieden).

Es lassen sich jedoch durchaus Abstufungen in der Zufriedenheit feststellen. Ganz vorne in der Bewertung mit rund 90 % Zufriedenen liegen die **Atmosphäre** insgesamt (70% sind damit sehr zufrieden), die **Sitzqualität / Bestuhlung** (63 %), **Eintrittspreise** (59 %) und **Freundlichkeit des Personals** (55 %).

Schwächer fällt die Zufriedenheit dagegen neben den beiden erwähnten Punkten Wartezeit an der Kasse und Snacksortiment (zu dem 40 % der Befragten kein Urteil abgeben möchten) auch mit dem **Getränkeangebot** und dem **Service an der Bar** aus.

„Luft nach oben“ besteht neben den Service-Aspekten des Barangebotes und des **Vorverkaufs** auch hinsichtlich des **online verfügbaren Informationsangebots**. Nur sehr wenige sind damit explizit unzufrieden. Angesichts der höheren Relevanz digitaler Informationskanäle für jüngere Filminteressierte gewinnt dies aber weiter an Bedeutung.

Bild 23:
Zufriedenheit des Caligari-Publikums mit verschiedenen Punkten

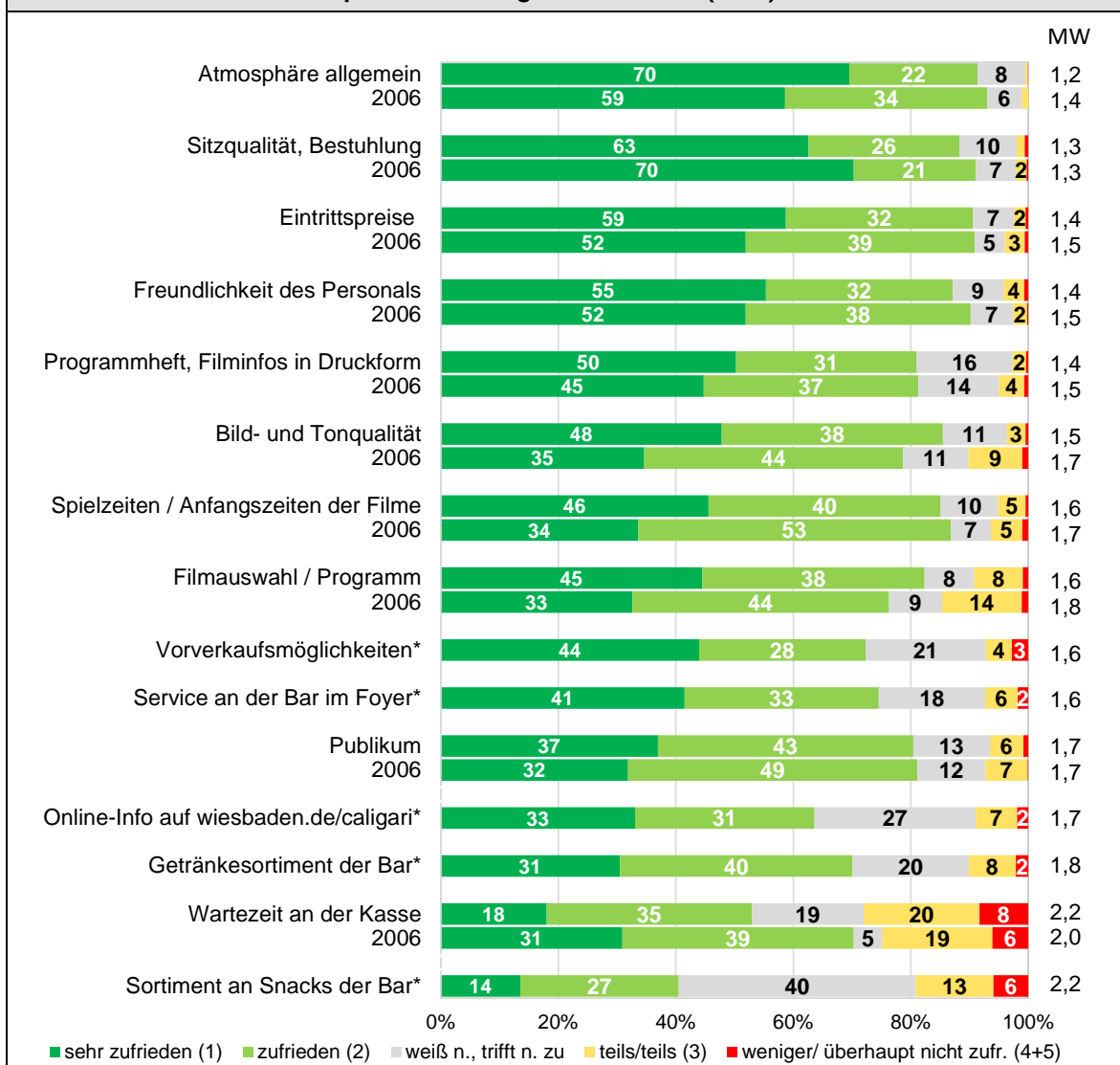
*Dauergäste sind insgesamt
mit den meisten Aspekten
zufriedener als seltene Besucher*

Auch sind nur wenige Trendunterschiede in den Bewertungen verschiedener Befragtengruppen feststellbar (vgl. Tab. 15A und 16A im Anhang) Bei einigen Aspekten sind die Befragten tendenziell umso zufriedener, je häufiger sie das Caligari besuchen, z.B. mit den Spielzeiten, der Filmauswahl, dem Programmheft; weniger eindeutig mit online verfügbaren Infos, Eintrittspreisen, Service an der Bar und Freundlichkeit des Personals. Immerhin geben diejenigen Befragten, die erstmals im Haus sind, gleichfalls gute Noten zum Service an der Bar, der Wartezeit an der Kasse und der Freundlichkeit des Personals. Eine

deutliche Ausnahme ist die Bewertung der Vorverkaufsmöglichkeiten, bei der die ganz häufigen Besucher im Schnitt etwas weniger zufrieden sind im Vergleich zu anderen Besuchergruppen (aber immer noch zu zwei Dritteln zufrieden).

*Dagegen sind Jüngere
hinsichtlich der meisten Aspekte
weniger zufrieden*

Jüngere im Publikum sind mit den meisten Aspekten tendenziell unzufriedener, beispielsweise mit dem Sortiment an Snacks und der Getränkeauswahl an der Bar, aber auch mit der Programmauswahl, den Spielzeiten sowie der Bild- und Tonqualität. Publikum und Atmosphäre im Haus werden von Jüngeren im Gesamtschnitt (wenn auch geringfügig) etwas schwächer bewertet. Ausnahmen sind eine tendenziell höhere Zufriedenheit der Jüngeren im Vergleich zu älteren Besucherinnen und Besuchern mit der Wartezeiten an der Kasse und der Freundlichkeit des Personals.

Bild 24:
Zufriedenheit mit Einzelaspekten im Vergleich zu 2006 (in %)

Sortiert nach Höhe des Anteils „sehr zufrieden“ 2020

* 2006 nicht erfragt

MW = Mittelwert arithmetisches Mittel

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020; n=1 321 Befragte, 2006 n=970 Befragte
Amt für Statistik und Stadtforschung

Winfo
DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN
Zeitvergleich

Gegenüber 2006 hat sich an der Grundabstufung der Zufriedenheit mit verschiedenen Aspekten nur wenig geändert: Die aktuellen „Top 5“ mit den höchsten Zufriedenheiten waren damals dieselben Aspekte wie heute, und auch damals schnitt die Wartezeit an der Kasse von den aufgeführten Aspekten am schlechtesten ab²¹ (Bild 24).

²¹ Höher lag der Anteil Unzufriedener 2006 nur hinsichtlich der Parksituation. Dieser Aspekt wurde in der vorliegenden Befragung nicht thematisiert.

Gleichwohl sind Verschiebungen in den subjektiven Bewertungen feststellbar: Die Wartezeit an der Kasse erreicht diesmal deutlich geringere Anteile Zufriedener; allerdings hat vor allem die Gruppe derjenigen stark zugelegt, die hierzu kein Urteil abgeben. Hier schlägt die neue Möglichkeit des Online-Ticketings zu Buche, denn die meisten Befragten, die hierzu kein Urteil abgeben, haben die neue Form des Vorverkaufs genutzt.

Etwas eingebüßt hat auch der Anteil sehr Zufriedener mit der Sitzqualität. Möglicherweise haben sich hier im Laufe der Zeit die Standards verschoben. Die Caligari Film Bühne war zur Jahrtausendwende aufwändig renoviert worden und hatte entsprechend in der früheren Befragung einen herausragenden Standard inne, der sich in der Wahrnehmung des Publikums im Vergleich zum Angebot anderer Kinos nun eventuell nicht mehr ganz so abhebt.

Erfreulicherweise konnten bei allen anderen Aspekten die guten Bewertungen von 2006 gehalten oder tendenziell sogar noch verbessert werden. Am deutlichsten betrifft dies die hohen Anteile sehr zufriedener mit der Atmosphäre allgemein (+11 %-Punkte), der Bild- und Tonqualität, der Spiel- bzw. Anfangszeiten, sowie die Filmauswahl bzw. das Programm und die Eintrittspreise. Der Kern des Caligari-Angebots, die Filmauswahl, hatte damals 1,1 % (eher) unzufriedene und weiter 13,6 % teilweise zufriedene Bewertungen erhalten. Aktuell sind ebenfalls nur ca. 1 % weniger oder überhaupt nicht zufrieden damit und nur noch 8 % teils / teils.

3.3.4 Gründe für Unzufriedenheit

In Anschluss an die Bewertung der Einzelaspekte hatten die Befragten die Möglichkeit, näher zu formulieren, falls sie mit etwas unzufrieden sind, was sie konkret stört. Wie aufgrund der überwiegend zufriedenen Urteile zu erwarten, wurde dies nur von einer kleineren Befragtengruppe genutzt: 250 Personen bzw. knapp 18 % hinterließen hierzu einen auswertbaren Kommentar. Da von manchen Befragten verschiedene Punkte angesprochen wurden,

summieren sich die Angaben auf 295 Nennungen. Diese wurden vereinfachend in thematische Gruppen zusammengefasst ausgezählt (Tab. 5).

Tab. 5:
Was stört? (Offene Antwortmöglichkeit, Mehrfachnennungen möglich)

Nennungen nach Themengruppe	Nennungen abs.	in % von		
		Nennungen	Befragten mit Nennungen	allen Befragten
Kasse und Vorverkauf				
Wartezeit an der Kasse	35	11,9	14,0	2,6
Vorverkaufsmöglichkeiten	29	9,8	11,6	2,2
festе Platzzuteilung	25	8,5	10,0	1,9
Eintrittspreise	3	1,0	1,2	0,2
Barangebot, Gastronomie				
Service an der Bar im Foyer	24	8,1	9,6	1,8
Getränkessortiment der Bar	21	7,1	8,4	1,6
Sortiment an Snacks an der Bar	13	4,4	5,2	1,0
Popcorn fehlt	16	5,4	6,4	1,2
Filmangebot				
Filmauswahl/Programm	21	7,1	8,4	1,6
Bild- und Tonqualität	19	6,4	7,6	1,4
Spielzeiten/Anfangszeiten der Filme	18	6,1	7,2	1,4
Online verfügbare Informationen zu Programm/Filmen auf wiesbaden.de/caligari	12	4,1	4,8	0,9
Programmheft, Infos zu den Filmen in Druckform	1	0,3	0,4	0,1
Service und Sonstiges				
Freundlichkeit des Personals	15	5,1	6,0	1,1
Toiletten	15	5,1	6,0	1,1
Sitzqualität, Bestuhlung	8	2,7	3,2	0,6
Publikum	11	3,7	4,4	0,8
Sonstiges	9	3,1	3,6	0,7
insgesamt (abs.)	295	295	250	1 321
nichts, alles ok	29			
Nennung inhaltlich nicht zuzuordnen	23			

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020; n= 1 321 Befragte,
Amt für Statistik und Stadtforschung

Am häufigsten wird in den Nennungen das Thema **Kasse und Vorverkauf** aufgegriffen sowie die mit dem neuen Verkaufssystem verbundene festgelegte Platzwahl. Teilweise wird sehr ausführlich das Bedauern über den Verlust der freien Platzwahl ausgedrückt, da es nun nicht mehr spontan möglich ist, sich mit anderen oder als Gruppe zusammenzuschließen. Zudem führt die Sitzplatzauswahl an der Kasse zu längeren Wartezeiten. Bemängelt wird zudem, dass sich bisherige Zehnerkarten nicht einlösen lassen. Gleichwohl sind auch Kommentare

zu verzeichnen, die die neue Möglichkeit des Online-Kartenkaufs positiv bewerten, obwohl in dieser Frage explizit nach negativen Erfahrungen gefragt wurde.

Die **Wartezeit** wird neben der Kasse auch **an der Bar** und vor den **Toiletten** bemängelt. Letztere Räumlichkeiten werden zudem auch von einigen als zu ungepflegt empfunden.

Im Hinblick auf das **Angebot der Bar** spielen neben der bereits erwähnten Wartezeit auch die Freundlichkeit des Personals und das Angebot an Snacks und Getränken eine Rolle, die hinsichtlich Qualität und Vielfalt als steigerungsfähig wahrgenommen werden. Auch der Ruf nach Popcorn findet sich an dieser Stelle, bleibt jedoch der Wunsch einer sehr kleinen Anzahl Befragter, während sich gleichzeitig andere Nennungen negativ auf Essgeräusche im Publikum beziehen.

Angesichts der Gesamtzahl von über 1 000 Befragten ist die Zahl von Nennungen hinsichtlich des Kernangebots der Caligari FilmBühne, des **Filmangebots** selbst, relativ klein und sehr divers. Entweder werden bestimmte Filmangebote vermisst (z.B. europäisches Autorenkino zwischen 1950-1960) oder es wird bemängelt, dass das Angebot zu speziell sei, zu problembelastet oder zu wenig ansprechend für jüngeres Filmpublikum. Angemerkt wird von einigen, dass viele Filme nur einmal oder in Randzeiten laufen oder als OmU. Während die Bildqualität so gut wie gar nicht thematisiert wird, wird die Tonqualität bzw. Lautstärke von einigen Befragten kritisiert.

3.3.5 Verbesserungsvorschläge

Verbesserungsvorschläge

Neben der „skalierten“ Bewertung einzelner Aspekte des Kinoangebots und eben dargestellten Erläuterungen zu Kritikpunkten an der Caligari FilmBühne wurden die Befragten abschließend gebeten, Anregungen oder mögliche **Verbesserungsvorschläge** für die zukünftige Entwicklung des Kommunalen Kinos zu formulieren. 585 und damit etwa jede/-r zweite Befragte hat in diesem Feld einen Kommentar hinterlassen. Davon umfasst allerdings etwa

ein Fünftel gar keinen Vorschlag, sondern die Feststellung, dass keine Verbesserungsmöglichkeit einfällt oder sogar explizit keine Veränderung gewünscht wird (160 Nennungen). Von den übrigen 578 Nennungen können weitere 43 keiner weiteren Thematik zugeordnet werden (z.B. Bemerkungen von Besuchern, die erstmals im Caligari sind und daher keine Einschätzung abgeben möchten, oder Einzelnennungen abseits vom Thema).

Die Verbesserungsvorschläge sind breit gestreut und lassen keine größeren Schwachpunkte erkennen, die aus Sicht des Gesamtpublikums dringenden Veränderungsbedarf anzeigen. Viele beziehen sich eher auf vielfältige Spezialwünsche hinsichtlich des Programms oder einige Serviceaspekte, die teilweise bereits in den vorherigen Fragen thematisiert wurden. Die Verteilung der Nennungen nach Themen ist in Tab. 6 zusammengefasst.

Den größten Themenkomplex bilden Nennungen zum **Filmprogramm**, wobei dies sehr viele verschiedene Wünsche umfasst wie bestimmte Genres, Themen, Regisseure oder Filmepochen. Einige Nennungen betonen die besondere Filmauswahl im Caligari, die beibehalten werden sollte bzw. noch ausgedehnt, um insgesamt die Originalität des Kinos zu erhalten (z.B. durch Filme, die man sonst nirgends sehen kann). Eine größere Gruppe (44 Nennungen) bezieht sich auf die **Sprachfassungen**: Vom Wunsch nach mehr Originalfassungen gibt es auch spezielle Sprachwünsche, andere wiederum wünschen sich mehr deutsch(sprachig)e Filme. 34 Nennungen beziehen sich auf ein thematisch passendes **Rahmenprogramm** wie Diskussionsrunden, Filmbesprechungen, passende Live-Musik oder Events wie eine Oscar-Nacht oder Vernetzungen mit anderen Kulturangeboten. Auch ein Wiederaufleben der Sonntagsmatinee mit Frühstück wird hier verzeichnet. Zum Thema **Spielzeiten** gibt es eine Häufung des Wunsches, dass einige Filme häufiger gezeigt werden sollten, damit man sich den passenden Zeitrahmen aussuchen kann oder weil sehr beliebte Filme sonst ausverkauft sind.

Das im letzten Sommer eingeführte neue **Buchungssystem mit fester Platzzuteilung**, welches es ermöglicht vorab online-Tickets zu erwerben, wird von einigen Besuchern kritisiert (37 Nennungen), und wird immerhin an dieser Stelle, wo nach zukünftigen Verbesserungen gefragt wird, von einigen explizit gelobt (8). Etwa gleich viele bzw. wenige Nennungen gibt es zur Wartezeit an der Kasse (17) wie zu den Vorverkaufsmöglichkeiten (18), wobei einigen die Möglichkeit des Online-Kaufs mit Ausdruck vorab bislang noch nicht bekannt war.

Das **Angebot an der Bar** wird von einigen bemängelt, dabei häufiger hinsichtlich des Snackangebotes (zu wenig, zu einseitig, nichts Frisches) und hinsichtlich des Getränkesortiments, aber auch hinsichtlich der Wartezeit. Dazu kommen noch einige Kommentare, die sich wünschen, das Foyer insgesamt einladender zu gestalten, etwa mit mehr Sitzmöglichkeiten, die zum längeren Verweilen vor/nach dem Film animieren.

Tab. 6:
Verbesserungsvorschläge zur Caligari FilmBühne (offene Antwortmöglichkeit)

Nennungen nach Themengruppe	abs.	in % von	
		Nen- nungen ¹⁾	Befragten mit Nennung ¹⁾
Filmangebot, Filmerlebnis			
Filmauswahl, Programm, gezeigte Genres	84	14,5	19,8
Spachfassung (mehr/weniger OmU, mehr deutschsprachige Filme, bestimmte Sprachen)	44	7,6	10,4
Kulturelles / zusätzliches Angebot, passend zur Filmthematik	34	5,9	8,0
Spielzeiten/Anfangszeiten der Filme	31	5,4	7,3
Filme häufiger zeigen	30	5,2	7,1
Wunschfilme, für Zielgruppen (Jüngere)	27	4,7	6,4
(Mehr) aktuelle Filme	20	3,5	4,7
Originalität des Caligari erhalten	17	2,9	4,0
(Noch) breitere / abwechslungsreichere Filmauswahl	11	1,9	2,6
Bild- und Tonqualität	11	1,9	2,6
Sitzqualität, Bestuhlung	4	0,7	0,9
Vorverkauf, Platzzuteilung, Wartezeit, Eintrittspreise			
Contra feste Platzzuteilung	37	6,4	8,7
Pro feste Platzzuteilung	8	1,4	1,9
Vorverkaufsmöglichkeiten	18	3,1	4,2
Wartezeit an der Kasse	17	2,9	4,0
Eintrittspreise	3	0,5	0,7
Information, Öffentlichkeitsarbeit			
Mehr Werbung, Selbstmarketing	14	2,4	3,3
Online verfügbare Infos zu Programm/Filmen auf wiesbaden.de/caligari	11	1,9	2,6
Programmheft, Infos zu Filmen in Druckform	6	1,0	1,4
Bar/Gastronomisches Angebot			
Angebot / Service an der Bar im Foyer (allgemein)	21	3,6	4,9
Sortiment an Snacks an der Bar	17	2,9	4,0
Pro Popcorn	23	4,0	5,4
Contra Popcorn	1	0,2	0,2
Getränkessortiment an der Bar	8	1,4	1,9
Störfaktoren / Essgeräusche	4	0,7	0,9
Gesamtgestaltung, Service im Haus			
Innenarchitektur / Gestaltung des Kassen- u. Barbereichs	15	2,6	3,5
Toiletten	14	2,4	3,3
Publikum	3	0,5	0,7
Ereundlichkeit des Personals	2	0,3	0,5
Sonstiges, nicht zuzuordnen (z.B. erstmals hier)	43	7,4	10,1
insgesamt (abs.)	578	578	425
Nichts, fällt mir nichts ein	51		
Weiter so, alles perfekt, nichts verschlimmbessern	109		

Frage 19: Um das Angebot im Caligari auch in Zukunft attraktiv zu gestalten, was wäre Ihre wichtigste Anregung oder Ihr wichtigster Verbesserungsvorschlag?

1) Ohne „nichts“ und „weiter so“ (160 Nennungen bzw. Befragte)

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020; n= 1 321 Befragte, Amt für Statistik und Stadtforschung

Die in der Publikumsbefragung von den Befragten notierten Verbesserungsvorschläge mögen im Detail vielfältige Einzelwünsche darstellen, die schwer auf einen konkreten Nenner zu bringen sind. Die übergeordneten Themenfelder haben sich im Vergleich zu 2006 aber erstaunlicherweise wenig verändert: Die genannten Aspekte zum Filmprogramm, flankierenden Angeboten oder Spielzeiten fanden sich damals ebenso wie Nennungen zum Barangebot oder zu Vorverkaufsmöglichkeiten. Auch damals ließen sich kaum Punkte herauslesen, bei denen von einer größeren Gruppe einheitlich ein großer Handlungsbedarf wahrgenommen wurde.

Verschiebungen sind nur in kleinen Nuancen wahrnehmbar: Insgesamt wird der Vorverkauf etwas seltener thematisiert, was darauf zurückzuführen sein dürfte, dass sich die Situation seit 2006 hier durchaus verändert hat. Rauchen bzw. ein Nichtraucherbereich ist mittlerweile kein Thema mehr im Haus. Neu hinzugekommen sind im aktuellen Befragungsjahr Beschwerden über die Toilettensituation, die sich entweder auf die Warteschlange (insbesondere vor der Damentoilette), Barrierefreiheit oder die Gepflegtheit beziehen, was 2006 nur als Einzelnennungen vorkam. Und ein paar (wenige) Popcorn-Fans scheinen hinzugekommen zu sein.

Vereinfachend zusammenfassen lassen sich die vielfältigen Kommentare auf eine Konstante: die heute wie damals erkennbare Erwartungshaltung an die Caligari FilmBühne, weiterhin ein ausgewähltes, anspruchsvolles und ausdifferenziertes Programm zu bieten, das ein besonderes Kinoerlebnis jenseits des Mainstream ermöglicht.

4 Fazit und Ausblick

Die Caligari FilmBühne ist ein Kulturangebot, das in Wiesbaden nicht nur einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht, sondern auch einen herausragenden Ruf in seiner Besucherschaft genießt.

Kinobesuch ist eine beliebte Freizeitbeschäftigung - auch in Wiesbaden. Auf Basis von bevölkerungsrepräsentativen Befragungen in Wiesbaden kann geschätzt werden, dass ca. zwei Drittel der volljährigen Wiesbadenerinnen und Wiesbadener mindestens einmal im Jahr ein Kino in Wiesbaden besuchen²². Die Caligari FilmBühne bietet dabei ein sehr besonderes Programm an, das dennoch nicht nur ein „Nischenpublikum“ erreicht: Etwa ein Drittel der Wiesbadener Bewohnerschaft besucht das Kommunale Kino mindestens einmal im Jahr, etwa jede/-r Vierte sogar mehrmals.²³ Daneben lockt die FilmBühne aber auch viele auswärtige Filmfans an: Mehr als jede/-r Vierte im Publikum wohnt nicht in Wiesbaden.

Die dargestellten Bewertungen sind repräsentativ für die Besucher der Caligari FilmBühne zu Jahresbeginn 2020. Befragt werden konnten nur diejenigen, die kommen, wobei naturgemäß mehr Menschen im Publikum sitzen, denen das Angebot zusagt. Nicht erfasst ist damit, wie diejenigen die Caligari FilmBühne wahrnehmen, die das Angebot nicht nutzen, und warum sie das Angebot nicht (mehr) nutzen. Hierfür wäre eine bevölkerungsrepräsentative Erhebung erforderlich. Dennoch liefern die vorliegenden Ergebnisse einige Anhaltspunkte, die zur zukünftigen Ausrichtung und möglichen Optimierung des Angebots genutzt werden können.

Die durchgängig guten Bewertungen, die die Caligari FilmBühne vom Publikum erhält - auch in der umfangreichen Abfrage einzelner Serviceaspekte - sind bemerkenswert für eine Besucherbefragung, denn üblicherweise

22 Matthias Lehmann (2018): Kulturpartizipation in Wiesbaden - Ergebnisse der Bürgerumfrage „Freizeit und Kultur in Wiesbaden 2017. Institut für Soziologie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

23 Vgl. ebd. sowie Amt für Statistik und Stadtforschung (Hrsg.) Leben in Wiesbaden 2016: Nutzung von Kultureinrichtungen. Stadtanalyse Nr. 95.

wird dort ein breites Spektrum von Bedürfnissen, Geschmäckern und Bewertungen erfasst und selten kann man es allen recht machen. So gesehen sind die einhelligen positiven Bewertungen ein großes Lob des Publikums an die Caligari FilmBühne, und die Konstanz gegenüber 2006 bemerkenswert. Eine Neuerung der letzten Jahre - die Einführung eines Online-Ticketing-Systems wird zwar von einigen beklagt, da es die Freiheit nimmt, die Sitzauswahl kurzfristig zu gestalten. Insgesamt wird die neue Online-Vorverkaufsmöglichkeit jedoch gut bewertet und angenommen - die Mehrheit derjenigen, die vorab Tickets kaufen, hat den neuen Kanal bereits genutzt und nur wenige sind damit unzufrieden.

Angesichts so zufriedener Gäste resultieren aus der Publikumsbefragung zunächst keine offensichtlichen oder drängenden Hinweise darauf, ob/was „Neues“ entwickelt werden sollte, wenn die vorhandenen Stärken nicht verspielt werden sollen. Wenn man möchte, dass das überwiegend sehr zufriedene Stammpublikum dem Kino weiterhin so begeistert die Treue hält, scheint auf dieser Basis zunächst geraten, am (erfolgreichen) Grundkonzept wenig zu verändern.

Hinweise und Anregungen für Überlegungen zu zukünftigen Planungen finden sich dennoch „zwischen den Zeilen“ der geäußerten Meinungen und Kommentare, ergeben sich aber auch aus der Besucherstruktur. Hier stellt sich die Frage: Wer kommt, wer kommt nicht? Oder nur selten? Wer kommt in Zukunft?

Einerseits kann dabei positiv verbucht werden, dass das Publikum der Caligari FilmBühne bislang mit „seinem“ Kino gealtert ist und dem Kinobesuch dort nun auch im Ruhestand „die Treue“ hält, während diese Art der Freizeitgestaltung bei früheren Rentnern noch unüblich war. Der hohe Anteil 70 plus bei den Frühabend-Vorstellungen und in der Gruppe derjenigen mit hoher Besuchsfrequenz unterstreicht die Bedeutung der Caligari FilmBühne für die Freizeitgestaltung Älterer, die angesichts des demogra-

phischen Wandels auch in Wiesbaden zahlenmäßig weiter an Bedeutung zulegen werden. Ältere haben mehr Zeit für häufigeren Kinobesuch und gleichzeitig gibt es im Vergleich zu früheren Zeiten immer mehr ältere Menschen, die ihre Freizeit aktiv außerhäuslich gestalten möchten. Der Kinobesuch ist im Caligari auch im fortgeschrittenen Alter barrierefrei und komfortabel möglich.

Andererseits sind im Publikum des regulären Caligari-Programms, wie es in der Befragung angesprochen wurde, kaum noch jüngere Befragte²⁴ anzutreffen. Auch im Vergleich zu 2006 ist dies markant. Die große Mehrheit befindet sich bereits in der zweiten Lebenshälfte. Nur knapp jede/-r Vierte im Publikum hat die 50 noch nicht überschritten, während dies vor 14 Jahren noch auf eine große Mehrheit von knapp 70 % zutraf. Es sind also nur wenige Junge im Publikum der Caligari FilmBühne „nachgewachsen“. Gleichzeitig äußern sich Jüngere im Publikum tendenziell etwas weniger zufrieden mit einigen Angebotsaspekten, etwa dem Sortiment an Snacks und der Getränkeauswahl an der Bar, aber auch mit der Programmauswahl, den Spielzeiten sowie der Bild- und Tonqualität. Auch Publikum und Atmosphäre im Haus werden von Jüngeren im Gesamtschnitt etwas schwächer bewertet im Vergleich zu älteren Befragten.

Eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit und gezielte Ansprache jüngerer Kinofans in Wiesbaden und dem näheren Einzugsgebiet, sowie Aktionen, die das Publikum noch stärker einbinden oder über den Film hinaus ansprechen, wie Abstimmungen über Wunschfilme, besondere filmbezogene Veranstaltungen, ggf. unter Einbeziehung des Foyers, könnten dazu beitragen, auch in Zukunft neues bzw. jüngeres Publikum anzuziehen. Angesichts zunehmender Digitalisierung und wachsender Bedeutung von Online- und Social Media-Formaten im Kulturbereich gilt es, weiter im großen Angebot an Möglichkeiten wahrgenommen zu werden, damit die FilmBühne für ein möglichst breites Publikum „das schönste Kino“ bleibt.

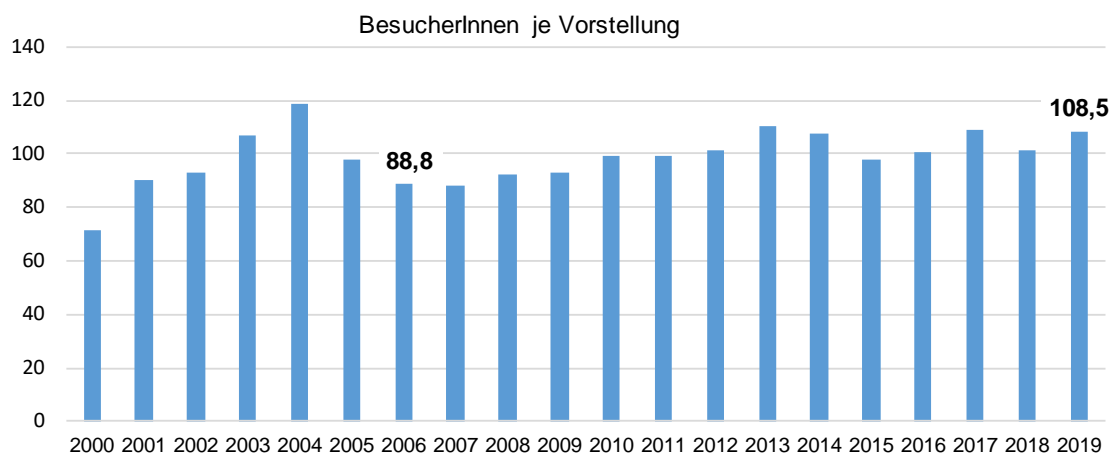
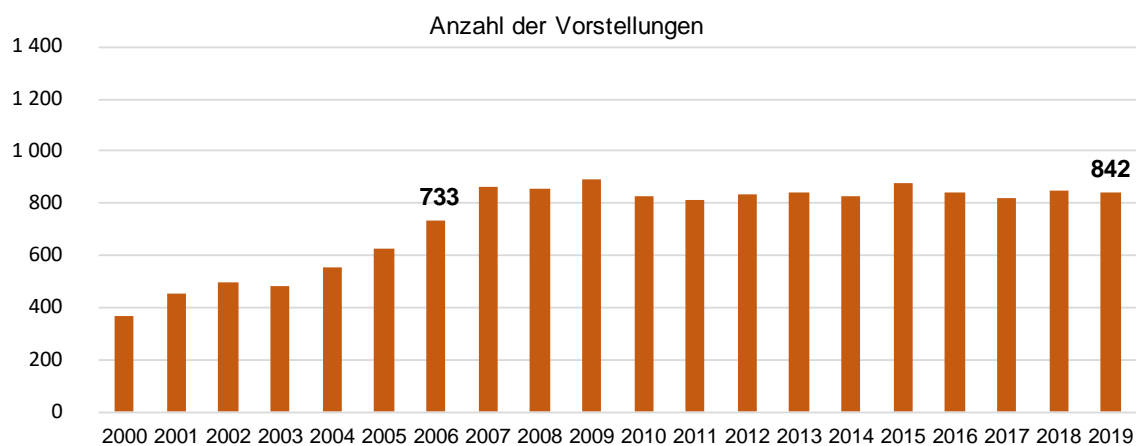
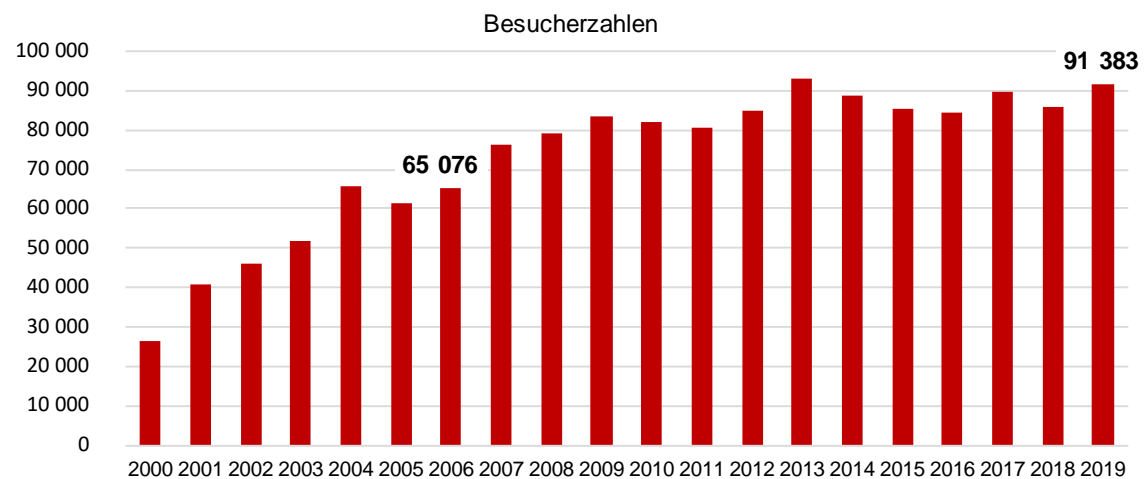
Bearbeiterinnen Stefanie Neurauter und Ricarda Schäfer-Etz

²⁴ D.h. ohne Filmvorführungen speziell für Kinder, Schulen oder Festivals, die aus der Befragung bewusst ausgenommen waren.

	Seite
Verzeichnis der Tabellen und Bilder	
Bild 1A: Entwicklung der Besucherzahlen und Auslastung der Caligari FilmBühne 2000-2019	A1
Tab. 1A: Verteilung der realisierten Stichprobe nach Befragungstagen und Filmen	A2
Tab. 2A: Zusammensetzung des Publikums der Caligari FilmBühne nach Besuchshäufigkeit	A3
Tab. 3A: Zusammensetzung des Publikums der Caligari FilmBühne nach Filmgenre	A4
Tab. 4A: Zusammensetzung des Publikums der Caligari FilmBühne nach Spielzeit und Wochentag	A5
Tab. 5A: Bekanntheit und Besuch von Festivals im Caligari: exground filmfest (Frage 9)	A6
Tab. 6A: Bekanntheit und Besuch von Festivals im Caligari: goEast (Frage 9)	A7
Tab. 7A: Bekanntheit und Besuch von Festivals im Caligari: Deutsches FernsehKrimi-Festival (Frage 9)	A8
Tab. 8A: Bekanntheit und Besuch von Festivals im Caligari: Homonale (Frage 9)	A9
Tab. 9A: Wie informieren Sie sich normalerweise über das Caligari-Programm? (Frage 11)	A10
Tab. 10A: Woher beziehen Sie das Caligari-Programmheft? Welche Auslagestelle? (Frage 11)	A11
Tab. 11A: Nutzung der Vorverkaufsmöglichkeiten nach verschiedenen Merkmalen (Frage 12)	A12
Tab. 12A: Nutzung der Vorverkaufsmöglichkeiten nach verschiedenen Merkmalen (Frage 12)	A13
Tab. 13A: Nutzung der Bar am Befragungstag nach Kinobegleitung (Frage 13)	A14
Tab. 14A: Gesamtbewertung der Caligari FilmBühne nach verschiedenen Merkmalen (Frage 18)	A15
Tab. 15A: Bewertung verschiedener Aspekte (Frage 16) nach Besuchshäufigkeit	A16
Tab. 16A: Bewertung verschiedener Aspekte (Frage 16) nach Alter	A19
Tab. 17A: Wohnorte der Caligari-Besucher/-innen von außerhalb Wiesbadens (Frage 4)	A22

	Seite
Grundauszählung	
Frage 1: Welchen Film sehen Sie sich heute hier an?	A23
Frage 2: Wie oft besuchen Sie die Caligari FilmBühne normalerweise?	A23
Frage 3: Besuchen Sie die heutige Vorstellung allein oder zusammen mit anderen?	A24
Frage 4: Woher kommen Sie? Aus Wiesbaden oder von außerhalb?	A24
Frage 5: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute gekommen?	A24
Frage 6: Nutzen Sie für die Hin- oder Rückfahrt das RMV-Kombiticket?	A24
Frage 7: Welche Arten von Filmen sehen Sie am liebsten?	A25
Frage 8: In welcher Sprachfassung sehen Sie internationale Filme am liebsten?	A25
Frage 9: Kennen Sie die folgenden Festivals im Caligari? Wie oft haben Sie diese schon besucht?	A26
Frage 10: Welches Motiv stand für Ihren heutigen Besuch in der Caligari FilmBühne im Vordergrund?	A26
Frage 11: Wie informieren Sie sich normalerweise über das Caligari-Programm?	A26
Frage 12: Haben Sie schon einmal die Vorverkaufsmöglichkeit für Caligari-Eintrittskarten genutzt?	A27
Genutzte Vorverkaufsmöglichkeit Nur Befragte, die schon einmal den Vorverkauf genutzt haben („Ja“ in Frage 12)	A27
Waren Sie damit zufrieden?	A27
Frage 13: Nutzen Sie <u>heute</u> das Getränkeangebot an der Bar im Foyer?	A28
Frage 14: Was finden Sie am Caligari besonders gut?	A28
Frage 15: Vervollständigen Sie folgenden Satz: Wenn es die Caligari FilmBühne nicht mehr gäbe	A28
Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Punkten im Caligari?	A29
Frage 17: Wenn Sie mit einem oder mehreren der in Frage 16 genannten Punkte unzufrieden sind, was stört Sie konkret?	A32
Frage 18: Alles zusammengefasst: Welche Schulnote von 1 bis 6 würden Sie der Caligari FilmBühne geben?	A33
Frage 19: Um das Angebot im Caligari auch in Zukunft attraktiv zu gestalten, was wäre Ihre wichtigste Anregung oder Ihr wichtigster Verbesserungsvorschlag?	A33
Frage 20: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Filmangebote genutzt?	A33
Demografischer Teil des Fragebogens	A34
Fragebogen	A36

Bild 1A:
Entwicklung der Besucherzahlen und Auslastung der Caligari FilmBühne 2000-2019



Quelle: Caligari FilmBühne, jährliche Meldung, eigene Darstellung
Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 1A:
Verteilung der realisierten Stichprobe nach Befragungstagen und Filmen

Befragungstag	Film	Spielzeit	Titel	Besucher/-innen ¹⁾	Befragte Netto ²⁾	Be- teiligungs- quote	Filmgattung	Genre / Thema / Besonderheit
1 Sa 01.02.	1	17:30	Der marktgerechte Mensch	141	78	55,3	Dokumentation	Gesellschaft
	2	20:00	Ein verborgenes Leben	187	61	32,6	Spielfilm	Drama, Deutsche Fassung
2 Do 06.02.	3	17:30	Nur die Füße tun mir leid	170	75	44,1	Dokumentation	Reise
	4	20:00	Das Cabinet des Dr. Caligari	187	93	49,7	Stummfilm mit Musik	Klassiker, mit Live-Musik; 100-jähriges Filmjubiläum
3 Sa 08.02.	5	17:30	Wolf and Sheep	59	23	39,0	Spielfilm	Tragikomödie, exground-Jugendfilm des Monats
	6	20:00	Die Kunst der Nächstenliebe	188	107	56,9	Spielfilm	Tragikomödie
4 Mo 10.02.	7	17:30	Drei Liebesbriefe aus Tirol	31	13	41,9	Spielfilm	Musical, Klassiker, DFF-Programm
	8	20:00	Systemsprenger	269	126	46,8	Spielfilm	Drama, DFF-Programm
5 Fr 14.02.	9	17:30	Alles außer gewöhnlich	166	81	48,8	Spielfilm	Tragikomödie, Deutsche Fassung
	10	20:00	Unser Rhein: Im Banne des Stroms	331	127	38,4	Dokumentation	Reise, Filmstadt Wiesbaden, Mit Gast (Regisseur)
6 Mi 19.02.	11	18:00	Bait	38	15	39,5	Spielfilm	Drama, Experimentell / Avantgarde
	12	20:00	Die glitzernden Garnelen	108	68	63,0	Spielfilm	Komödie, LGBT
7 Fr 21.02.	13	17:30	Die Einzelteile der Liebe	33	23	69,7	Spielfilm	Tragikomödie, Deutsche Fassung
	14	20:00	Weathering with You - Das Mädchen, das die Sonne berührte	84	55	65,5	Animé	Coming of Age Drama
8 So 23.02.	15	17:15	Knives Out - Mord ist Familiensache	399	150	37,6	Spielfilm	Thriller / Drama
	16	20:00	Idioten der Familie	42	20	47,6	Spielfilm	Komödie, Inklusion
9 Di 25.02.	17	17:30	Der blaue Engel	65	18	27,7	Spielfilm	Drama, Klassiker schwarz/weiß, DFF-
	18	20:00	Die Verachtung	47	23	48,9	Spielfilm	Drama, Klassiker, DFF-Programm
10 Fr 28.02.	19	17:30	Touch the Sound: A Sound Journey with Evelyn Glennie	66	23	34,8	Dokumentation	Musikfilm
	20	20:00	Lindenberg! Mach dein Ding	377	122	32,4	Spielfilm	Biopic, Musik, Musikerportrait
x x x	x x	x	keine Angabe zum Film	x	20	x	x	x
insgesamt				2 988	1 321	44,2		

1) Besucher/-innen = Verkaufte Tickets
 2) Befragte Netto = Auswertbare Interviews
 X= Angabe nicht sinnvoll
 DFF= Deutsches Filminstitut & Filmmuseum
 Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
 Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 2A:
Zusammensetzung des Publikums der Caligari FilmBühne
nach Besuchshäufigkeit und verschiedenen Merkmalen

	Besucher insgesamt		Besuchshäufigkeit Caligari FilmBühne				
	abs.	in %	mind. 1x pro Woche	ca. 1x pro Monat	ca. 3-8 Mal im Jahr	seltener	nie / erstmals
			"Liebhaber"	regelmäßiges Stamm-publikum	Sporadische Besucher		Erst-besucher
absolut	1 321	100,0	168	407	481	171	89
davon in % ¹⁾							
Frauen	852	64,5	67,3	65,8	64,2	62,0	58,4
Männer	434	32,9	30,4	31,9	32,8	35,1	38,2
divers, keine Angabe	35	2,6	2,6	2,4	2,2	2,9	2,9
Alter							
bis 29 Jahre	91	6,9	2,4	1,7	4,2	20,5	27,0
30 - 39 Jahre	88	6,7	1,8	2,9	6,2	13,5	22,5
40 - 49 Jahre	124	9,4	6,5	8,1	11,0	10,5	9,0
50 - 59 Jahre	413	31,3	26,2	29,5	37,4	30,4	19,1
60 - 69 Jahre	391	29,6	38,7	36,6	26,8	20,5	12,4
70 Jahre und älter	187	14,2	22,6	19,2	11,9	2,3	10,1
Wohnsituation							
alleine	423	32,0	50,6	31,4	28,9	25,7	27,0
Wohngemeinschaft	55	4,2	2,4	3,9	2,7	7,0	11,2
bei Eltern	30	2,3	1,8	0,5	1,0	5,8	11,2
mit (Ehe-)Partner/-in	537	40,7	30,4	48,6	41,2	38,0	27,0
mit Partner/in u. Kind/-ern im HH	203	15,4	8,3	11,8	20,4	16,4	16,9
mit Kind/-ern ohne Partner/-in	34	2,6	3,6	1,2	2,5	4,1	4,5
Bildung							
maximal Mittlere Reife	232	17,5	19,1	18,4	16,2	11,7	27,0
Abitur / Fachabitur	322	24,4	22,0	25,8	23,7	25,1	24,7
abgeschlossenes Studium	697	52,8	51,2	51,4	54,9	56,7	44,9
Berufstätigkeit							
Vollzeit erwerbstätig	555	42,0	33,3	36,6	46,8	48,0	44,9
Teilzeit erwerbstätig	246	18,6	12,5	18,7	20,0	22,2	16,9
Schüler/-in, Student/-in, in Ausbildung, FSJ, FÖJ	74	5,6	2,4	2,2	2,7	16,4	22,5
Ruhestand, Pension	392	29,7	45,2	40,3	24,9	10,5	13,5
Elternzeit oder aus anderen Gründen nicht erwerbstätig	45	3,4	6,0	1,7	3,8	3,0	5,6
Einkommen							
bis unter 1.500 Euro	159	12,0	12,5	8,4	10,6	18,7	23,6
1.500 unter 2.500 Euro	227	17,2	18,5	19,9	14,6	16,4	15,7
2.500 bis unter 3.500 Euro	239	18,1	20,2	21,1	17,3	12,9	15,7
3.500 bis unter 5.000 Euro	229	17,3	14,9	18,4	18,5	15,2	15,7
5.000 Euro und mehr	183	13,9	11,3	11,5	16,4	17,0	10,1
keine Angabe	284	21,5	22,6	20,6	22,7	19,9	19,1
Migrationshintergrund							
ohne Migrationshintergrund	916	69,3	63,1	71,0	70,5	70,2	65,2
mit Migrationshintergrund	193	14,6	23,2	13,5	10,2	15,8	25,8
Einzugsbereich							
Wiesbaden Innenstadt	418	31,6	44,6	36,9	29,1	24,6	11,2
übriges Stadtgebiet	523	39,6	36,9	41,3	46,6	31,6	12,4
außerhalb	379	28,7	17,9	21,9	24,3	43,9	76,4

1) Spaltenprozent; Differenz der aufsummierten Anteile zu 100 %: weiß nicht / keine Angabe

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
 Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 3A:
Zusammensetzung des Publikums der Caligari FilmBühne
nach Filmgenre und verschiedenen Merkmalen

	Besucher insgesamt		Filmgenre			
	abs.	in %	Spielfilm	Dokumentation	Stummfilm	Animation
absolut	1 321	100,0	859	303	93	55
davon in % ¹⁾						
Frauen	852	64,5	66,4	65,7	50,5	54,5
Männer	434	32,9	31,0	32,3	46,2	40,0
divers, keine Angabe	35	2,6	2,7	2,0	3,2	5,5
Alter						
bis 29 Jahre	91	6,9	6,4	3,3	4,3	40,0
30 - 39 Jahre	88	6,7	5,5	2,0	22,6	25,5
40 - 49 Jahre	124	9,4	9,2	8,9	14,0	9,1
50 - 59 Jahre	413	31,3	31,7	35,0	23,7	12,7
60 - 69 Jahre	391	29,6	31,3	32,7	14,0	9,1
70 Jahre und älter	187	14,2	13,7	16,8	19,4	0,0
Wohnsituation						
alleine	423	32,0	29,6	40,9	28,0	27,3
Wohngemeinschaft	55	4,2	4,5	3,3	2,2	5,5
bei Eltern	30	2,3	2,1	0,7	1,1	16,4
mit (Ehe-)Partner/in	537	40,7	41,8	37,6	47,3	30,9
mit Partner/in u. Kind/ern im HH	203	15,4	16,3	12,9	16,1	12,7
mit Kind/ern ohne Partner/in	34	2,6	2,6	2,6	3,2	1,8
Bildung						
maximal Mittlere Reife	232	17,5	17,7	18,2	14,0	20,0
Abitur / Fachabitur	322	24,4	25,3	23,1	22,6	21,8
abgeschlossenes Studium	697	52,8	52,6	53,8	55,9	43,6
Berufstätigkeit						
Vollzeit erwerbstätig	555	42,0	41,3	40,9	45,2	49,1
Teilzeit erwerbstätig	246	18,6	19,0	18,8	16,1	18,2
Schüler/in, Student/in, in Ausbildung, FSJ, FÖJ	74	5,6	5,9	2,3	2,2	25,5
Ruhestand, Pension	392	29,7	29,6	34,7	30,1	3,6
Elternzeit oder aus anderen Gründen nicht erwerbstätig	45	3,4	3,2	4,3	4,3	1,8
Einkommen						
bis unter 1.500 Euro	159	12,0	12,1	10,2	7,5	29,1
1.500 unter 2.500 Euro	227	17,2	17,3	18,2	11,8	20,0
2.500 bis unter 3.500 Euro	239	18,1	17,0	20,5	22,6	12,7
3.500 bis unter 5.000 Euro	229	17,3	17,6	15,8	25,8	10,9
5.000 Euro und mehr	183	13,9	14,6	12,9	14,0	1,8
keine Angabe	284	21,5	21,4	22,4	18,3	25,5
Migrationshintergrund						
ohne Migrationshintergrund	916	69,3	68,9	76,2	66,7	41,8
mit Migrationshintergrund	193	14,6	13,4	11,9	17,2	45,5
Einzugsbereich						
Wiesbaden Innenstadt	418	31,6	32,7	27,4	34,4	32,7
übriges Stadtgebiet	523	39,6	41,7	37,0	31,2	38,2
außerhalb	379	28,7	25,5	35,6	34,4	29,1

1) Spaltenprozent; Differenz der aufsummierten Anteile zu 100 %: weiß nicht / keine Angabe

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 4A:
Zusammensetzung des Publikums der Caligari FilmBühne
nach Spielzeit und Wochentag

	Besucher insg.		Uhrzeit		Wochentag			
	abs.	in %	17:30/ 18:00	20:00	Mo-Do	Fr	Sa	So
absolut	1 321	100,0	499	802	434	435	278	170
davon in % ¹⁾								
Frauen	852	64,5	67,5	62,8	65,4	63,0	63,7	67,6
Männer	434	32,9	29,7	34,5	31,8	33,8	34,5	30,0
divers, keine Angabe	35	2,6	2,8	2,6	2,8	3,2	1,8	2,4
Alter								
bis 29 Jahre	91	6,9	5,6	7,9	5,8	9,7	4,0	7,6
30 - 39 Jahre	88	6,7	3,2	8,9	10,1	5,1	5,4	4,1
40 - 49 Jahre	124	9,4	7,8	10,5	11,3	6,9	10,1	10,0
50 - 59 Jahre	413	31,3	28,3	32,9	24,7	31,3	39,2	34,7
60 - 69 Jahre	391	29,6	31,5	28,3	30,4	31,0	27,0	27,6
70 Jahre und älter	187	14,2	20,8	10,0	15,9	14,0	12,6	12,9
Wohnsituation								
alleine	423	32,0	34,3	30,7	32,3	33,3	34,2	24,7
Wohngemeinschaft	55	4,2	3,4	4,4	3,2	4,1	6,1	2,9
bei Eltern	30	2,3	2,2	2,4	1,2	3,7	0,7	4,1
mit (Ehe-)Partner/in	537	40,7	42,5	39,7	41,5	39,3	38,5	45,3
mit Partner/in u. Kind/ern im HH	203	15,4	10,2	18,6	17,1	14,3	15,8	13,5
mit Kind/ern ohne Partner/in	34	2,6	3,0	2,4	2,1	3,0	2,2	3,5
Bildung								
maximal Mittlere Reife	232	17,5	23,2	14,2	19,6	17,9	11,5	21,2
Abitur / Fachabitur	322	24,4	25,9	23,6	23,3	24,8	22,7	28,8
abgeschlossenes Studium	697	52,8	44,9	57,5	52,1	51,3	62,2	42,9
Berufstätigkeit								
Vollzeit erwerbstätig	555	42,0	34,9	46,0	37,1	40,7	50,4	42,9
Teilzeit erwerbstätig	246	18,6	15,6	20,7	21,0	18,4	19,1	12,9
Schüler/in, Student/in, in								
Ausbildung, FSJ, FÖJ	74	5,6	4,2	6,6	5,5	7,1	3,6	5,3
Ruhestand, Pension	392	29,7	40,3	23,1	33,6	29,0	23,7	31,8
Elternzeit oder aus anderen								
Gründen nicht erwerbstätig	45	3,4	3,4	3,5	3,0	3,4	3,6	4,1
Einkommen								
bis unter 1.500 Euro	159	12,0	13,4	11,2	12,4	13,6	9,7	11,2
1.500 unter 2.500 Euro	227	17,2	19,2	16,2	20,7	17,7	14,0	11,8
2.500 bis unter 3.500 Euro	239	18,1	15,6	19,6	20,5	17,5	17,3	14,7
3.500 bis unter 5.000 Euro	229	17,3	17,8	17,3	14,1	17,7	20,5	20,0
5.000 Euro und mehr	183	13,9	9,6	15,8	13,8	12,4	16,5	12,4
keine Angabe	284	21,5	24,2	19,8	18,4	21,1	21,9	30,0
Migrationshintergrund								
ohne Migrationshintergrund	916	69,3	71,7	68,3	69,1	72,6	65,1	68,8
mit Migrationshintergrund	193	14,6	14,2	14,7	13,8	12,6	19,8	12,9
Einzugsbereich								
Wiesbaden Innenstadt	418	31,6	30,3	32,5	32,3	28,7	34,5	32,9
übriges Stadtgebiet	523	39,6	39,1	39,9	37,6	39,5	37,8	47,6
außerhalb	379	28,7	30,7	27,4	30,2	31,5	27,7	19,4

1) Spaltenprozent; Differenz der aufsummierten Anteile zu 100 %: weiß nicht / keine Angabe

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
 Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 5A:
Bekanntheit und Besuch von Festivals im Caligari: exground filmfest
(Frage 9, Zeilenprozent)

	absolut	kenne ich nicht	noch nie besucht	in 1-2 Jahren besucht	in 3-6 Jahren besucht	in mehr als 6 Jahren besucht	weiß nicht, k.A.
insgesamt	1321	291	447	233	108	82	32
Geschlecht							
männlich	434	25,3	32,7	17,1	7,8	6,9	10,1
weiblich	852	20,2	34,5	17,8	8,3	6,0	13,1
divers, k. A.	35	25,7	31,4	20,0	8,6	2,9	11,4
Alter							
unter 29 Jahre	91	46,2	28,6	18,7	1,1	0,0	5,5
30-39 Jahre	88	31,8	36,4	17,0	6,8	5,7	2,3
40-49 Jahre	124	24,2	29,8	16,1	16,9	6,5	6,5
50-59 Jahre	413	18,9	35,8	17,4	8,5	11,4	8,0
60-69 Jahre	391	18,2	34,5	20,2	8,7	4,6	13,8
70 Jahre	187	20,3	31,6	11,8	5,3	1,6	29,4
Migrationshintergrund							
kein Migr.hintergrund	916	22,6	35,7	17,4	7,8	6,0	10,6
Migrationshintergrund	193	26,9	24,9	17,1	7,8	9,3	14,0
Besuchshäufigkeit							
mind. 1 mal pro Woche	168	7,1	20,8	23,2	15,5	13,1	20,2
ca. 1 mal im Monat	407	11,3	32,9	24,8	10,8	6,4	13,8
ca. 3 bis 8 mal im Jahr	481	21,2	38,3	15,6	7,7	6,2	11,0
seltener	171	38,6	42,1	10,5	0,6	2,3	5,8
nie / heute z. ersten Mal	89	70,8	21,3	0,0	0,0	0,0	7,9
Woher kommen Sie?							
Wiesbaden							
Innenstadt	418	11,2	37,3	19,9	9,8	8,1	13,6
Wiesbaden	523	18,9	35,6	18,2	8,8	7,3	11,3
außerhalb	379	38,3	27,7	14,2	5,5	2,6	11,6

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 6A:
Bekanntheit und Besuch von Festivals im Caligari: goEast
 (Frage 9, Zeilenprozent)

	absolut	kenne ich nicht	noch nie besucht	in 1-2 Jahren besucht	in 3-6 Jahren besucht	in mehr als 6 Jahren besucht	weiß nicht, k.A.
insgesamt	1321	291	447	233	108	82	32
Geschlecht							
männlich	434	25,8	32,3	16,6	7,8	6,0	11,5
weiblich	852	21,4	33,2	19,5	6,9	4,9	14,1
divers, k. A.	35	28,6	31,4	17,1	2,9	5,7	14,3
Alter							
unter 29 Jahre	91	52,7	35,2	6,6	1,1	0,0	4,4
30-39 Jahre	88	26,1	43,2	17,0	5,7	2,3	5,7
40-49 Jahre	124	25,8	29,0	19,4	15,3	4,8	5,6
50-59 Jahre	413	20,6	37,0	16,7	7,5	8,2	9,9
60-69 Jahre	391	18,2	33,2	21,2	7,2	5,1	15,1
70 Jahre	187	20,9	18,7	22,5	4,8	3,7	29,4
Migrationshintergrund							
kein Migr.hintergrund	916	23,8	34,7	18,1	6,7	4,6	12,1
Migrationshintergrund	193	26,4	22,8	20,2	8,8	9,8	11,9
Besuchshäufigkeit							
mind. 1 mal pro Woche	168	8,9	19,0	28,0	10,7	15,5	17,9
ca. 1 mal im Monat	407	12,3	31,4	26,8	9,1	5,7	14,7
ca. 3 bis 8 mal im Jahr	481	21,6	38,0	15,6	7,1	4,2	13,5
seltener	171	40,9	41,5	7,6	2,3	0,6	7,0
nie / heute z. ersten Mal	89	70,8	19,1	0,0	1,1	0,0	9,0
Woher kommen Sie?							
Wiesbaden	418	13,4	33,7	21,5	7,9	7,4	16,0
Innenstadt							
Wiesbaden	523	19,7	36,1	19,5	6,7	5,9	12,0
außerhalb	379	38,3	27,2	13,7	6,9	2,1	11,9

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
 Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 7A:
Bekanntheit und Besuch von Festivals im Caligari: Deutsches FernsehKrimi-Festival
(Frage 9, Zeilenprozent)

	absolut	kenne ich nicht	noch nie besucht	in 1-2 Jahren besucht	in 3-6 Jahren besucht	in mehr als 6 Jahren besucht	weiß nicht, k.A.
insgesamt	1321	291	447	233	108	82	32
Geschlecht							
männlich	434	27,6	38,9	10,6	3,7	3,7	15,4
weiblich	852	20,8	39,4	14,2	7,0	3,4	15,1
divers, k. A.	35	34,3	37,1	14,3	0,0	2,9	11,4
Alter							
unter 29 Jahre	91	52,7	33,0	6,6	1,1	0,0	6,6
30-39 Jahre	88	38,6	42,0	6,8	2,3	3,4	6,8
40-49 Jahre	124	25,8	38,7	13,7	8,1	4,0	9,7
50-59 Jahre	413	20,1	41,6	14,0	8,2	5,6	10,4
60-69 Jahre	391	18,2	42,5	15,1	6,1	2,8	15,3
70 Jahre	187	17,6	28,9	11,2	2,7	2,1	37,4
Migrationshintergrund							
kein Migr.hintergrund	916	22,7	40,6	14,1	5,5	3,7	13,4
Migrationshintergrund	193	30,1	37,8	6,2	3,1	3,1	19,7
Besuchshäufigkeit							
mind. 1 mal pro Woche	168	7,7	35,1	14,3	10,7	7,7	24,4
ca. 1 mal im Monat	407	11,3	40,3	18,9	7,9	4,2	17,4
ca. 3 bis 8 mal im Jahr	481	22,9	41,0	13,9	4,8	3,3	14,1
seltener	171	43,3	46,2	2,3	1,2	0,0	7,0
nie / heute z. ersten Mal	89	73,0	18,0	0,0	0,0	0,0	9,0
Woher kommen Sie?							
Wiesbaden	418	15,3	41,9	13,9	6,5	5,3	17,2
Innenstadt							
Wiesbaden	523	17,4	42,3	16,3	7,1	3,8	13,2
außerhalb	379	40,6	32,2	7,7	2,9	1,1	15,6

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 8A:
Bekanntheit und Besuch von Festivals im Caligari: Homonale
(Frage 9, Zeilenprozent)

	absolut	kenne ich nicht	noch nie besucht	in 1-2 Jahren besucht	in 3-6 Jahren besucht	in mehr als 6 Jahren besucht	weiß nicht, k.A.
insgesamt	1321	291	447	233	108	82	32
Geschlecht							
männlich	434	34,3	35,9	7,8	2,5	2,5	16,8
weiblich	852	27,9	37,2	10,9	3,8	2,6	17,6
divers, k. A.	35	40,0	25,7	17,1	0,0	2,9	14,3
Alter							
unter 29 Jahre	91	62,6	25,3	4,4	0,0	0,0	7,7
30-39 Jahre	88	50,0	33,0	6,8	3,4	0,0	6,8
40-49 Jahre	124	34,7	35,5	10,5	7,3	4,0	8,1
50-59 Jahre	413	27,4	40,4	13,1	3,4	4,4	11,4
60-69 Jahre	391	25,1	40,2	10,0	3,3	2,0	19,4
70 Jahre	187	19,8	28,9	6,4	2,1	1,1	41,7
Migrationshintergrund							
kein Migr.hintergrund	916	30,3	37,7	10,2	3,4	2,4	16,0
Migrationshintergrund	193	33,7	29,0	11,4	3,6	4,1	18,1
Besuchshäufigkeit							
mind. 1 mal pro Woche	168	11,3	28,0	22,0	7,1	6,0	25,6
ca. 1 mal im Monat	407	15,2	42,5	15,0	4,2	2,9	20,1
ca. 3 bis 8 mal im Jahr	481	31,4	40,1	6,9	2,9	2,1	16,6
seltener	171	56,7	32,7	1,2	0,0	1,2	8,2
nie / heute z. ersten Mal	89	78,7	11,2	0,0	0,0	0,0	10,1
Woher kommen Sie?							
Wiesbaden	418	20,6	38,3	13,4	3,8	3,1	20,8
Innenstadt							
Wiesbaden	523	26,8	40,0	9,6	3,8	3,6	16,3
außerhalb	379	46,2	29,6	7,1	1,8	0,5	14,8

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
 Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 9A:
Wie informieren Sie sich normalerweise über das Caligari-Programm?
(Frage 11, Mehrfachnennungen, Zeilenprozent)

	absolut	Caligari Programm- heft	Caligari E- Mail-News- letter	Zeitungen, Stadtma- gazine, Zeit- schriften	Internet www.wies- baden.de/ caligari	Internet auf anderen Seiten	über Freunde / Bekannte
insgesamt	1 321	881	89	105	632	39	232
Geschlecht							
männlich	434	61,8	7,8	8,1	46,8	4,1	16,1
weiblich	852	69,7	6,3	8,2	47,9	2,5	18,0
divers, k. A.	35	54,3	2,9	0,0	60,0	0,0	25,7
Alter							
unter 29 Jahre	91	30,8	2,2	4,4	57,1	6,6	33,0
30-39 Jahre	88	48,9	2,3	2,3	67,0	1,1	22,7
40-49 Jahre	124	66,1	2,4	5,6	62,9	3,2	16,9
50-59 Jahre	413	69,5	5,8	6,3	54,0	4,6	19,1
60-69 Jahre	391	74,9	8,4	10,5	41,9	2,0	15,1
70 Jahre	187	69,5	12,3	13,4	21,9	0,5	9,1
Besuchshäufigkeit							
mind. 1 mal pro Woche	168	80,4	9,5	10,7	40,5	2,4	10,7
ca. 1 mal im Monat	407	83,8	9,3	6,4	42,0	1,0	12,8
ca. 3 bis 8 mal im Jahr	481	70,9	6,4	9,8	51,8	3,3	19,8
seltener	171	31,6	2,3	5,3	55,0	6,4	27,5
nie / heute z. ersten Mal	89	7,9	0,0	5,6	52,8	4,5	22,5
Woher kommen Sie?							
Wiesbaden Innenstadt	418	74,2	6,0	7,9	47,1	2,6	18,2
Wi anderer Stadtteil	523	74,0	8,4	8,8	44,7	1,9	12,6
außerhalb	379	48,3	5,3	6,9	52,8	4,5	23,7

ohne: „Sonstiges“, „interessiert mich nicht/informiere mich nicht“

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 10A:
Woher beziehen Sie das Caligari-Programmheft? Welche Auslagestelle? (Frage 11)

Offene Nennungen nach Häufigkeit	abs.	%
Caligari/direkt/hier im Kino	370	59,7
(am/im) Kino, Kinoauslage	109	17,6
nicht zuzuordnen	34	5,5
Tourismus-Info	21	3,4
Zusendung	18	2,9
Sonstiges (jew. 1 mal)	12	1,9
Hochschul- und Landesbibliothek RheinMain	9	1,5
Schulen	7	1,1
Internet	5	0,8
Buchhandlung	4	0,6
Murnau Filmtheater	4	0,6
Stadtbibliothek Wiesbaden	4	0,6
Bibliothek	4	0,6
Volkshochschule Wiesbaden	3	0,5
Mediathek	3	0,5
Rathaus	3	0,5
Theater	3	0,5
Kneipen	2	0,3
Firma / Arbeitsplatz	2	0,3
Cafés	2	0,3
anderes Kino Wiesbaden	1	0,2
insgesamt	620	100,0

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
 Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 11A:
Nutzung von Vorverkaufsmöglichkeiten für Caligari-Eintrittskarten
(Frage 12, Zeilenprozent)

	absolut	Nein, kaufe immer direkt an der Abendkasse	habe den Vorverkauf bereits genutzt	k. A.
insgesamt	1 321	333	956	32
Geschlecht				
männlich	434	28,3	68,4	3,2
weiblich	852	23,2	74,9	1,9
divers, k. A.	35	34,3	60,0	5,7
Alter				
unter 29 Jahre	91	42,9	52,7	4,4
30-39 Jahre	88	38,6	60,2	1,1
40-49 Jahre	124	32,3	67,7	0,0
50-59 Jahre	413	24,5	74,1	1,5
60-69 Jahre	391	16,9	79,5	3,6
70 Jahre	187	24,6	71,7	3,7
Besuchshäufigkeit				
mind. 1 mal pro	168	22,6	73,8	3,6
ca. 1 mal im Monat	407	16,2	82,1	1,7
ca. 3 bis 8 mal im Jahr	481	23,5	74,4	2,1
seltener	171	40,9	56,1	2,9
nie / heute z. ersten Mal	89	51,7	43,8	4,5
Höchster Schulabschluss				
max. Mittlere Reife	232	21,1	74,1	4,7
Abitur, Fachhochschulreife	322	24,8	73,0	2,2
Hochschulabschluss	697	26,4	71,9	1,7
Sonstiges, k. A.	70	28,6	68,6	2,9
Woher kommen Sie?				
Wiesbaden Innenstadt	418	25,6	72,5	1,9
Wi anderer Stadtteil	523	18,0	79,9	2,1
außerhalb	379	34,8	61,7	3,4

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 12A:
Nutzung der Vorverkaufsmöglichkeiten nach verschiedenen Merkmalen
(Frage 12, Mehrfachnennungen, Zeilenprozent*)

	absolut	an der Caligari- Kasse	in der Tourist-Info	online über wiesbaden .de/ caligari
insgesamt	1 321	496	198	587
Geschlecht				
männlich	434	31,6	11,1	45,2
weiblich	852	40,8	17,5	44,5
divers, k. A.	35	31,4	2,9	34,3
Alter				
unter 29 Jahre	91	20,9	7,7	38,5
30-39 Jahre	88	27,3	3,4	43,2
40-49 Jahre	124	31,5	12,1	48,4
50-59 Jahre	413	36,8	14,8	50,6
60-69 Jahre	391	45,3	18,9	45,3
70 Jahre	187	39,6	19,8	30,5
Besuchshäufigkeit				
mind. 1 mal pro	168	51,8	19,0	41,1
ca. 1 mal im Monat	407	47,7	20,1	49,9
ca. 3 bis 8 mal im Jahr	481	36,8	15,6	43,9
seltener	171	17,0	3,5	40,9
nie / heute z. ersten Mal	89	7,9	2,2	36,0
Höchster Schulabschluss				
max. Mittlere Reife	232	38,8	16,8	35,3
Abitur, Fachhochschulreife	322	35,7	12,7	47,8
Hochschulabschluss	697	38,6	15,6	46,2
Sonstiges, k. A.	70	31,4	12,9	41,4
Woher kommen Sie?				
Wiesbaden Innenstadt	418	39,5	15,3	42,1
Wi anderer Stadtteil	523	46,3	19,9	45,9
außerhalb	379	23,2	7,9	44,9


* abgebildet ist die genannte Vorverkaufsmöglichkeit; nicht genannt = jeweils die Differenz zu 100 %

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
 Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 13A:
Nutzung der Bar am Befragungstag nach Kinobegleitung (Frage 13, Spaltenprozent)

		Besuch der heutigen Vorstellung				
		insg.	allein	mit Ehe-/ Lebens- partner/in	mit Freunden / Bekannten	Sonstige Person
in %						
Ja		57,7	47,3	62,8	61,6	43,1
Nein		24,0	36,2	21,5	19,8	20,0
Weiß noch nicht		16,0	14,0	13,8	16,4	33,8
keine Angabe		2,3	2,4	2,0	2,2	3,1
insgesamt		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
abs.						
Ja		762	98	386	368	28
Nein		317	75	132	118	13
Weiß noch nicht		212	29	85	98	22
keine Angabe		30	5	12	13	2
insgesamt		1 321	207	615	597	65

Quelle: Publikumsbefragung Caligri FilmBühne 2020
Amt für Statistik und Stadtforschung



DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

Quelle: Publikumsbefragung Caligri FilmBühne 2020
Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 14A:
Gesamtbewertung der Caligari FilmBühne nach verschiedenen Merkmalen (Frage 18)

	abs.	Mittel- wert	1 = sehr gut	2 = gut	3 = befriedi- gend	4 - 6 = ausreichend bis ungenügend	keine Angabe
			in Zeilenprozent				
Befragte insg.	1 321	1,4	59,6	33,5	1,1	0,1	5,8
Besuchshäufigkeit							
mind. 1 mal pro Woche	168	1,3	70,8	23,8	1,2	0,0	4,2
ca. 1 mal im Monat	407	1,3	66,1	28,3	0,0	0,2	5,4
ca. 3 bis 8 mal im Jahr	481	1,4	61,3	33,1	0,8	0,0	4,8
seltener	171	1,6	43,3	49,1	2,3	0,0	5,3
nie / heute zum ersten Mal	89	1,7	31,5	47,2	4,5	0,0	16,9
Alter							
bis 29 Jahre	91	1,6	42,9	45,1	6,6	0,0	5,5
30 - 39 Jahre	88	1,5	50,0	45,5	0,0	0,0	4,5
40 - 49 Jahre	124	1,3	66,9	28,2	0,0	0,0	4,8
50 - 59 Jahre	413	1,3	64,2	29,1	1,0	0,2	5,6
60 - 69 Jahre	391	1,3	61,9	30,9	0,5	0,0	6,6
70 Jahre und älter	187	1,4	55,1	38,5	1,1	0,0	5,3
Geschlecht							
männlich	434	1,4	54,6	36,6	2,1	0,2	6,5
weiblich	852	1,3	63,0	31,2	0,6	0,0	5,2
<i>divers, keine Angabe**</i>	35	n.e.	37,1	51,4	0,0	0,0	9,7
Höchster Schulabschluss							
max. Mittlere Reife	232	1,4	53,9	36,2	2,2	0,0	7,8
Abitur, Fachhochschulreife	322	1,4	59,0	33,9	0,3	0,0	6,8
Hochschulabschluss	697	1,4	63,4	31,1	1,0	0,1	4,3
Haushaltsnettoeinkommen							
bis unter 1.500	159	1,5	50,9	41,5	1,3	0,0	6,3
1.500 bis unter 2.500	227	1,4	58,6	32,2	1,3	0,4	7,5
2.500 bis unter 3.500	239	1,3	64,4	30,5	0,8	0,0	4,2
3.500 bis unter 5.000	229	1,3	69,0	27,1	0,0	0,0	3,9
5.000 Euro und mehr	183	1,3	67,8	26,2	1,1	0,0	4,9
keine Angabe	284	n.e.	48,2	42,6	1,8	0,0	7,4
Migrationshintergrund							
kein Migrationshintergrund	916	1,4	59,0	34,3	1,0	0,1	5,7
Migrationshintergrund	193	1,3	63,2	30,1	1,6	0,0	5,2
Wohnsituation							
alleine	423	1,4	56,0	38,3	0,9	0,2	4,5
<i>Wohngemeinschaft*</i>	55	1,4	58,2	32,7	1,8	0,0	7,3
<i>bei Eltern**</i>	30	1,8	33,3	46,7	13,3	0,0	6,7
mit (Ehe-) Partner/-in	537	1,3	63,1	30,2	0,6	0,0	6,1
mit (Ehe-) Partner/-in + Kind	203	1,3	64,5	29,1	0,5	0,0	5,9
<i>alleine mit Kind(ern)**</i>	34	1,3	67,6	23,5	0,0	0,0	8,8
Erwerbssituation							
Vollzeiterwerbstätig	555	1,4	61,6	32,1	1,1	0,2	5,0
Teilzeiterwerbstätig	246	1,3	66,3	27,6	0,0	0,0	6,1
<i>Schüler/in / Student/in, Azubi,</i>							
<i>Wehr- / Zivildienst, FSJ, FÖJ*</i>	74	1,6	40,5	45,9	6,8	0,0	6,8
Ruhestand / Pension	392	1,4	57,4	36,2	0,5	0,0	5,9
<i>Elternzeit oder aus anderen</i>							
<i>Gründen nicht erwerbstätig**</i>	45	1,3	66,7	22,2	2,2	0,0	7,1
Einzugsbereich							
Wiesbaden Innenstadt	418	1,3	62,7	30,6	0,7	0,2	5,7
Wiesbaden anderer Stadtteil	523	1,4	62,9	31,2	1,3	0,0	4,6
außerhalb	379	1,5	51,5	40,1	1,1	0,0	7,4

Prozentuierungsbasis * < 100 ** < 50 Befragte

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
 Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 15A:
Bewertung verschiedener Aspekte (Frage 16) nach Besuchshäufigkeit

	insg.	mind. 1 mal pro Woche	ca. 1 mal im Monat	ca. 3 bis 8 mal im Jahr	seltener	nie / heute zum ersten Mal
Befragte absolut	1 321	168	407	481	171	89
in % (Spaltenprozent)						
Spielzeiten / Anfangszeiten der Filme						
sehr zufrieden	45,6	53,6	53,3	45,1	30,4	27,0
zufrieden	39,5	35,7	34,9	43,2	46,8	32,6
teils/teils	4,7	3,0	4,9	5,0	5,3	4,5
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,5	0,0	0,2	0,4	1,8	0,0
weiß nicht, keine Angabe	9,8	7,7	6,6	6,2	15,8	35,9
<i>Mittelwert</i>	1,6	1,5	1,5	1,6	1,8	1,6
Filmauswahl / Programm						
sehr zufrieden	44,5	57,1	51,1	41,4	33,9	28,1
zufrieden	37,9	30,4	34,4	41,8	43,9	34,8
teils/teils	8,3	6,0	6,6	10,8	10,5	2,2
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,9	0,0	1,4	0,6	1,2	1,1
weiß nicht, keine Angabe	8,4	6,5	6,4	5,4	10,5	33,7
<i>Mittelwert</i>	1,6	1,5	1,6	1,7	1,8	1,6
Programmheft, Filminfos in Druckform						
sehr zufrieden	50,3	63,1	59,7	52,0	29,2	14,6
zufrieden	30,7	25,0	30,7	32,6	34,5	23,6
teils/teils	2,3	2,4	1,5	2,7	3,5	1,1
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,4	0,0	0,0	0,6	1,2	0,0
weiß nicht, keine Angabe	16,3	9,5	8,1	12,0	31,5	60,7
<i>Mittelwert</i>	1,4	1,3	1,4	1,5	1,7	1,7
Online verfügbare Informationen zu Programm/Filmen auf wiesbaden.de/caligari						
sehr zufrieden	33,1	33,9	33,2	37,0	23,4	27,0
zufrieden	30,5	21,4	29,7	31,4	39,8	29,2
teils/teils	7,0	8,9	6,6	7,5	7,6	2,2
weniger / überhaupt nicht zufrieden	1,9	2,4	2,0	1,0	2,9	2,2
weiß nicht, keine Angabe	27,5	33,3	28,6	23,1	26,3	39,3
<i>Mittelwert</i>	1,7	1,7	1,7	1,6	1,9	1,7
Eintrittspreise						
sehr zufrieden	58,7	68,5	61,7	60,1	43,9	47,2
zufrieden	31,9	21,4	30,7	33,3	42,7	29,2
teils/teils	2,0	0,6	2,0	1,7	4,7	1,1
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,5	0,6	0,2	0,6	0,6	0,0
weiß nicht, keine Angabe	6,9	8,9	5,4	4,4	8,2	22,4
<i>Mittelwert</i>	1,4	1,3	1,4	1,4	1,6	1,4

noch Tab. 15A:

Bewertung verschiedener Aspekte (Frage 16) nach Besuchshäufigkeit

	insg.	mind. 1 mal pro Woche	ca. 1 mal im Monat	ca. 3 bis 8 mal im Jahr	seltener	nie / heute zum ersten Mal
Vorverkaufsmöglichkeiten						
sehr zufrieden	44,0	44,0	48,6	45,1	35,1	32,6
zufrieden	28,3	22,0	29,2	31,4	28,7	19,1
teils/teils	4,4	6,5	5,9	3,1	4,7	0,0
weniger / überhaupt nicht zufrieden	2,8	6,6	3,0	1,8	2,3	0,0
weiß nicht, keine Angabe	20,5	20,9	13,3	18,5	29,3	48,3
<i>Mittelwert</i>	1,6	1,7	1,6	1,5	1,6	1,4
Wartezeit an der Kasse						
sehr zufrieden	18,0	15,5	15,5	19,3	19,9	23,6
zufrieden	35,0	38,1	34,9	37,2	31,6	24,7
teils/teils	19,7	17,9	24,8	21,0	14,6	1,1
weniger / überhaupt nicht zufrieden	8,3	11,3	10,6	7,5	4,7	3,3
weiß nicht, keine Angabe	19,0	17,3	14,3	15,0	29,2	47,2
<i>Mittelwert</i>	2,2	2,3	2,4	2,2	2,1	1,7
Freundlichkeit des Personals						
sehr zufrieden	55,3	60,1	56,3	56,8	48,5	48,3
zufrieden	31,8	23,8	35,4	34,3	29,8	19,1
teils/teils	3,6	6,0	2,5	3,3	5,8	1,1
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,7	0,6	0,0	0,8	1,8	1,1
weiß nicht, keine Angabe	8,6	9,5	5,9	4,8	14,1	30,3
<i>Mittelwert</i>	1,4	1,4	1,4	1,5	1,6	1,4
Service an der Bar im Foyer						
sehr zufrieden	41,5	52,4	45,2	40,5	29,2	32,6
zufrieden	33,1	26,2	34,4	37,4	34,5	14,6
teils/teils	5,5	4,2	6,4	6,0	4,1	2,2
überhaupt nicht zufrieden	0,6	1,2	0,2	0,8	0,6	0,0
weiß nicht, keine Angabe	18,0	13,7	12,8	14,2	29,8	50,6
<i>Mittelwert</i>	1,6	1,5	1,6	1,7	1,7	1,4
Getränkessortiment der Bar						
sehr zufrieden	30,5	35,1	34,9	30,6	20,5	20,2
zufrieden	39,6	33,3	40,8	43,7	39,8	23,6
teils/teils	8,0	11,9	7,9	8,7	5,8	1,1
weniger / überhaupt nicht zufrieden	2,1	3,0	2,5	2,1	1,8	0,0
weiß nicht, keine Angabe	19,8	16,7	14,0	15,0	32,2	55,1
<i>Mittelwert</i>	1,8	1,8	1,7	1,8	1,8	1,6
Sortiment an Snacks der Bar						
sehr zufrieden	13,6	16,7	15,0	13,5	7,0	13,5
zufrieden	26,9	23,8	26,5	29,9	28,7	13,5
teils/teils	13,2	16,1	13,8	13,9	10,5	7,9
weniger / überhaupt nicht zufrieden	5,9	6,0	7,1	5,6	4,1	4,5
weiß nicht, keine Angabe	40,4	37,5	37,6	37,0	49,7	60,7
<i>Mittelwert</i>	2,2	2,2	2,2	2,2	2,3	2,1

noch Tab. 15A:

Bewertung verschiedener Aspekte (Frage 16) nach Besuchshäufigkeit

	insg.	mind. 1 mal pro Woche	ca. 1 mal im Monat	ca. 3 bis 8 mal im Jahr	seltener	nie / heute zum ersten Mal
Sitzqualität, Bestuhlung						
sehr zufrieden	62,6	70,2	71,0	64,2	48,0	28,1
zufrieden	25,7	20,2	21,4	29,1	34,5	20,2
teils/teils	1,4	0,6	1,0	1,5	2,3	2,2
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,6	0,6	0,9	0,2	1,2	0,0
weiß nicht, keine Angabe	9,8	8,3	5,7	5,0	14,1	49,4
<i>Mittelwert</i>	1,3	1,3	1,3	1,3	1,5	1,5
Bild- und Tonqualität						
sehr zufrieden	47,8	55,4	56,5	47,0	36,8	19,1
zufrieden	37,6	28,6	35,9	42,8	43,9	22,5
teils/teils	3,2	4,8	1,7	4,2	3,5	1,1
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,5	0,6	0,2	0,6	0,0	1,1
weiß nicht, keine Angabe	10,9	10,7	5,7	5,4	15,8	56,2
<i>Mittelwert</i>	1,5	1,4	1,4	1,6	1,6	1,7
Publikum						
sehr zufrieden	36,9	39,3	40,3	38,3	31,6	19,1
zufrieden	43,5	42,9	45,5	46,4	40,4	27,0
teils/teils	5,7	6,0	5,7	5,6	8,8	0,0
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,9	1,2	0,2	0,4	1,8	2,2
weiß nicht, keine Angabe	13,1	10,7	8,3	9,3	17,6	51,7
<i>Mittelwert</i>	1,7	1,7	1,6	1,6	1,8	1,7
Atmosphäre allgemein						
sehr zufrieden	69,6	73,2	77,1	72,6	55,6	39,3
zufrieden	21,8	17,9	17,4	22,2	29,8	30,3
teils/teils	0,4	1,2	0,0	0,0	1,8	0,0
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,1	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0
weiß nicht, keine Angabe	8,1	7,7	5,4	5,2	12,3	30,4
<i>Mittelwert</i>	1,2	1,2	1,2	1,2	1,4	1,4

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 16A:
Bewertung verschiedener Aspekte (Frage 16) nach Alter

	insg.	Alter					
		unter 29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-69 Jahre	70 Jahre und älter
Befragte insgesamt abs.	1 321	91	88	124	413	391	187
Spielzeiten / Anfangszeiten							
sehr zufrieden	45,6	29,7	39,8	50,0	46,5	48,6	45,5
zufrieden	39,5	39,6	37,5	35,5	39,2	40,7	40,6
teils/teils	4,7	12,1	8,0	4,8	5,6	2,8	2,1
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,5	1,1	1,1	0,0	0,5	0,6	0,0
weiß nicht, keine Angabe	9,8	17,6	13,7	9,6	8,3	7,4	11,8
<i>Mittelwert</i>	1,6	1,8	1,7	1,5	1,6	1,5	1,5
Filmauswahl / Programm							
sehr zufrieden	44,5	31,9	33,0	50,0	47,5	47,1	41,7
zufrieden	37,9	44,0	38,6	35,5	34,9	39,6	39,0
teils/teils	8,3	13,2	15,9	5,6	8,7	5,6	7,5
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,9	2,2	1,1	0,8	1,4	0,6	0,0
weiß nicht, keine Angabe	8,4	8,8	11,4	8,1	7,5	7,2	11,7
<i>Mittelwert</i>	1,6	1,8	1,8	1,5	1,6	1,6	1,6
Programmheft, Infos zu den Filmen in Druckform							
sehr zufrieden	50,3	30,8	39,8	56,5	55,0	52,2	47,6
zufrieden	30,7	36,3	29,5	25,0	28,6	33,8	29,4
teils/teils	2,3	2,2	3,4	1,6	2,7	1,0	4,3
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,4	0,0	1,1	0,0	0,2	0,6	0,0
weiß nicht, keine Angabe	16,3	30,8	26,1	16,9	13,6	12,5	18,7
<i>Mittelwert</i>	1,4	1,6	1,5	1,3	1,4	1,4	1,5
Online verfügbare Informationen zu Programm/Filmen auf wiesbaden.de/caligari							
sehr zufrieden	33,1	33,0	35,2	36,3	41,6	28,6	19,8
zufrieden	30,5	35,2	30,7	37,1	30,3	33,2	19,8
teils/teils	7,0	6,6	12,5	8,9	7,5	7,2	2,7
weniger / überhaupt nicht zufrieden	1,9	5,5	4,5	4,0	1,4	0,8	1,1
weiß nicht, keine Angabe	27,5	19,8	17,0	13,8	19,1	30,2	56,7
<i>Mittelwert</i>	1,7	1,8	1,8	1,8	1,6	1,7	1,7
Eintrittspreise							
sehr zufrieden	58,7	51,6	54,5	54,0	61,7	61,1	55,6
zufrieden	31,9	31,9	37,5	38,7	29,8	30,9	31,0
teils/teils	2,0	7,7	1,1	1,6	1,9	0,5	2,7
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,5	2,2	0,0	0,0	0,2	0,8	0,0
weiß nicht, keine Angabe	6,9	6,6	6,8	5,6	6,3	6,7	10,7
<i>Mittelwert</i>	1,4	1,6	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4

noch Tab. 16A:
Bewertung verschiedener Aspekte (Frage 16) nach Alter

	insg.	Alter					
		unter 29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-69 Jahre	70 Jahre und älter
Vorverkaufsmöglichkeiten							
sehr zufrieden	44,0	35,2	29,5	44,4	49,6	46,8	36,4
zufrieden	28,3	25,3	36,4	29,0	25,9	28,4	31,0
teils/teils	4,4	5,5	3,4	4,0	6,1	3,3	3,2
weniger / überhaupt nicht zufrieden	2,8	2,2	1,1	2,4	1,9	4,3	3,2
weiß nicht, keine Angabe	20,5	31,9	29,6	20,2	16,5	17,1	26,2
Mittelwert	1,6	1,6	1,7	1,6	1,5	1,6	1,6
Wartezeit an der Kasse							
sehr zufrieden	18,0	34,1	27,3	20,2	17,7	15,6	10,7
zufrieden	35,0	27,5	33,0	40,3	34,4	36,3	32,6
teils/teils	19,7	9,9	15,9	17,7	21,1	21,0	21,9
weniger / überhaupt nicht zufrieden	8,3	6,6	3,4	6,4	8,7	10,3	9,1
weiß nicht, keine Angabe	19,0	22,0	20,5	15,3	18,2	16,9	25,7
Mittelwert	2,2	1,9	1,9	2,2	2,3	2,3	2,4
Freundlichkeit des Personals							
sehr zufrieden	55,3	59,3	61,4	54,0	55,9	53,2	54,5
zufrieden	31,8	27,5	28,4	33,1	29,8	35,0	31,0
teils/teils	3,6	3,3	1,1	4,0	5,1	3,6	1,6
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,7	1,1	0,0	0,0	1,5	0,3	0,5
weiß nicht, keine Angabe	8,6	8,8	9,1	8,8	7,7	7,9	12,3
Mittelwert	1,4	1,4	1,3	1,5	1,5	1,5	1,4
Service an der Bar im Foyer							
sehr zufrieden	41,5	34,1	46,6	46,0	44,3	41,2	35,8
zufrieden	33,1	26,4	23,9	30,6	33,2	37,3	31,0
teils/teils	5,5	3,3	6,8	10,5	6,3	4,1	4,3
weniger / überhaupt nicht zufrieden	1,8	2,2	1,1	1,6	3,4	0,8	1,1
weiß nicht, keine Angabe	18,0	34,1	21,6	11,2	12,8	16,6	27,8
Mittelwert	1,6	1,6	1,5	1,6	1,7	1,6	1,6
Getränkessortiment der Bar							
sehr zufrieden	30,5	25,3	37,5	34,7	31,2	32,2	22,5
zufrieden	39,6	27,5	31,8	40,3	43,3	39,9	39,0
teils/teils	8,0	9,9	5,7	10,5	7,5	9,0	5,9
weniger / überhaupt nicht zufrieden	2,1	3,3	2,3	4,0	2,9	0,5	1,6
weiß nicht, keine Angabe	19,8	34,1	22,7	10,4	15,0	18,5	31,0
Mittelwert	1,8	1,9	1,6	1,8	1,8	1,7	1,8
Sortiment an Snacks der Bar							
sehr zufrieden	13,6	9,9	12,5	14,5	16,5	13,6	8,0
zufrieden	26,9	17,6	27,3	29,8	26,2	30,7	21,9
teils/teils	13,2	15,4	12,5	16,1	15,3	12,3	9,6
weniger / überhaupt nicht zufrieden	5,9	8,8	6,8	12,1	5,6	4,6	3,7
weiß nicht, keine Angabe	40,4	48,4	40,9	27,5	36,6	38,9	56,7
Mittelwert	2,2	2,5	2,3	2,4	2,2	2,2	2,2

noch Tab. 16A:
Bewertung verschiedener Aspekte (Frage 16) nach Alter

	insg.	Alter					
		unter 29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-69 Jahre	70 Jahre und älter
Sitzqualität, Bestuhlung							
sehr zufrieden	62,6	58,2	48,9	64,5	63,9	65,0	63,6
zufrieden	25,7	22,0	26,1	25,0	26,9	25,1	23,5
teils/teils	1,4	1,1	5,7	1,6	1,0	1,3	0,5
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,6	2,2	1,1	0,0	0,5	0,6	0,5
weiß nicht, keine Angabe	9,8	16,5	18,1	8,8	7,7	8,2	11,8
Mittelwert	1,3	1,4	1,5	1,3	1,3	1,3	1,3
Bild- und Tonqualität							
sehr zufrieden	47,8	41,8	31,8	46,0	51,1	50,9	47,1
zufrieden	37,6	34,1	39,8	38,7	39,0	36,6	36,4
teils/teils	3,2	4,4	8,0	3,2	1,9	3,6	1,6
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,5	1,1	1,1	0,8	0,5	0,0	0,5
weiß nicht, keine Angabe	10,9	18,7	19,3	11,3	7,6	8,9	14,4
Mittelwert	1,5	1,6	1,7	1,5	1,5	1,5	1,5
Publikum							
sehr zufrieden	36,9	29,7	28,4	38,7	42,4	37,1	29,9
zufrieden	43,5	31,9	45,5	41,1	40,9	47,3	47,1
teils/teils	5,7	8,8	6,8	6,5	5,6	4,3	5,9
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,9	5,5	2,3	0,0	0,4	0,5	0,0
weiß nicht, keine Angabe	13,1	24,2	17,0	13,7	10,7	10,8	17,1
Mittelwert	1,7	1,9	1,8	1,6	1,6	1,6	1,7
Atmosphäre allgemein							
sehr zufrieden	69,6	52,7	64,8	76,6	75,5	70,1	63,1
zufrieden	21,8	31,9	26,1	16,9	17,9	21,2	25,1
teils/teils	0,4	3,3	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0
weniger / überhaupt nicht zufrieden	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
weiß nicht, keine Angabe	8,1	12,1	9,1	6,4	6,3	8,2	11,8
Mittelwert	1,2	1,4	1,3	1,2	1,2	1,2	1,3

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
 Amt für Statistik und Stadtforschung

Tab. 17A:
Wohnorte der Caligari-Besucher/-innen von außerhalb Wiesbadens (Frage 4, in %)

	Anzahl	in % aller Besucher/-innen von außerhalb	in % aller Besucher/-innen
Mainz	52	13,7	3,9
Frankfurt/M.	16	4,2	1,2
Taunusstein	49	12,9	3,7
Idstein (inkl. 2x Bad Camberg)	30	7,9	2,3
Schlangenbad (inkl. Georgenborn)	4	1,1	0,3
Ingelheim	7	1,8	0,5
Bad Schwalbach	8	2,1	0,6
Hochheim	9	2,4	0,7
Eltville	28	7,4	2,1
Geisenheim (inkl. 1x Rüdesheim)	11	2,9	0,8
(vorderer) Rheingau	23	6,1	1,7
Niedernhausen	12	3,2	0,9
übriges Rhein-Main-Gebiet	30	7,9	2,3
übriger Rheingau-Taunus-Kreis	11	2,9	0,8
Landkreis Mainz-Bingen	13	3,4	1,0
Hochtaunuskreis	4	1,1	0,3
Hofheim am Taunus	18	4,7	1,4
übriger Main-Taunus-Kreis	11	2,9	0,8
übriges Hessen	8	2,1	0,6
übriges Rheinland-Pfalz	5	1,3	0,4
übriges Deutschland	17	4,5	1,3
Ausland	4	1,1	0,3
Sonstige (Wiesbaden, nicht zuzuordnen)	9	2,4	0,7
	379	100,0	28,7

Quelle: Publikumsbefragung Caligari FilmBühne 2020
Amt für Statistik und Stadtforschung

Grundauszählung Publikumsbefragung Caligari FilmBühne

Frage 1: Welchen Film sehen Sie sich heute hier an?

	abs.	%
Der marktgerechte Mensch	78	5,9
Ein verborgenes Leben	61	4,6
Nur die Füße tun mir leid	75	5,7
Das Cabinet des Dr. Caligari	93	7,0
Wolf and Sheep	23	1,7
Die Kunst der Nächstenliebe	107	8,1
Drei Liebesbriefe aus Tirol	13	1,0
Systemsprenger	126	9,5
Alles außer gewöhnlich	81	6,1
Unser Rhein: Im Banne des Stroms	127	9,6
Bait	15	1,1
Die glitzernden Garnelen	68	5,1
Die Einzelteile der Liebe	23	1,7
Weathering with You - Das Mädchen, das die Sonne berührte	55	4,2
Knives Out - Mord ist Familiensache	150	11,4
Idioten der Familie	20	1,5
Der blaue Engel	18	1,4
Die Verachtung	23	1,7
Touch the Sound: A Sound Journey with Evelyn Glennie	23	1,7
Lindenberg! Mach dein Ding	122	9,2
unbekannt, keine Antwort	20	1,5
insgesamt	1 321	100,0

Frage 2: Wie oft besuchen Sie die Caligari FilmBühne normalerweise?

	abs.	%
mehrmals pro Woche	28	2,1
ca. 1 mal pro Woche	140	10,6
ca. 1 mal im Monat	407	30,8
ca. 3 bis 8 mal im Jahr	481	36,4
seltener	171	12,9
nie / heute zum ersten Mal	89	6,7
keine Angabe	5	0,4
insgesamt	1 321	100,0

Frage 3: Besuchen Sie die heutige Vorstellung allein oder zusammen mit anderen?

	abs.	%
Allein	207	15,7
mit Ehe-/Lebenspartner/in	615	46,6
mit Freunden / Bekannten	597	45,2
Sonstige Person	65	4,9
keine Angabe	19	1,4
insgesamt	1 321	100,0

Frage 4: Woher kommen Sie? Aus Wiesbaden oder von außerhalb?

	abs.	%
Wiesbaden Innenstadt	418	31,6
Wiesbaden anderer Stadtteil	523	39,6
außerhalb	379	28,7
keine Angabe	1	0,1
insgesamt	1 321	100,0

Frage 5: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute gekommen?

	abs.	%
zu Fuß	330	25,0
mit dem Fahrrad	76	5,8
Öffentliche	668	50,6
Auto	406	30,7
Sonstiges	6	0,5
keine Angabe	0	0,0
insgesamt	1 321	100,0

Frage 6: Nutzen Sie für die Hin- oder Rückfahrt das RMV-Kombiticket?

	abs.	%
Ja, für die Hinfahrt	291	43,6
Ja, für die Rückfahrt	372	55,7
Nein, nutze ich nicht	43	6,4
kenne ich nicht	14	2,1
besitze Zeitkarte / Jobticket	231	34,6
keine Angabe	9	1,3
insgesamt	668	100,0

Frage 7: Welche Arten von Filmen sehen Sie am liebsten?*Bitte max. 5 Vorlieben ankreuzen!*

	abs.	%
Spielfilm	1 098	83,1
Kurzfilme	106	8,0
Dokumentarfilm	693	52,5
Animationsfilm	110	8,3
Literaturverfilmung	643	48,7
Stummfilm	83	6,3
Musikfilm	303	22,9
Krimi	388	29,4
Komödie	666	50,4
Drama	404	30,6
Autorenfilm	307	23,2
Action / Thriller	193	14,6
Science Fiction	163	12,3
Sonstiges	84	6,4
keine Angabe	2	0,2
insgesamt	1 321	100,0

Frage 8: In welcher Sprachfassung sehen Sie internationale Filme am liebsten?*Bitte nur 1 Antwort ankreuzen!*

	abs.	%
deutsche Fassung (synchronisiert)	713	54,0
Originalsprache mit deutschen Untertiteln	259	19,6
Originalsprache ohne Untertiteln	33	2,5
unterschiedlich, je nach Sprache / Film	302	22,9
ist mir egal	11	0,8
keine Angabe	3	0,2
insgesamt	1 321	100,0

**Frage 9: Kennen Sie die folgenden Festivals im Caligari?
Wie oft haben Sie diese schon besucht?**

	abs. insges.	kenne ich nicht	besucht				weiß nicht	keine Angabe
			bisher noch nie	in 1-2 Jahren	in 3-6 Jahren	als 6 Jahren		
exground filmfest	1 321	22,0	33,8	17,6	8,2	6,2	2,4	9,7
goEast	1 321	23,0	32,9	18,5	7,1	5,3	2,1	11,1
Deutsches FernsehKrimi-Festival	1 321	23,4	39,2	13,0	5,8	3,5	1,8	13,3
Homonale	1 321	30,4	36,5	10,1	3,3	2,6	2,4	14,8

**Frage 10: Welches Motiv stand für Ihren heutigen Besuch
in der Caligari FilmBühne im Vordergrund?**
Bitte max. 2 Antworten ankreuzen!

	abs.	%
mit Freunden / Partner/-in etwas unternehmen	497	37,6
Entspannung vom Alltag, Unterhaltung	211	16,0
bestimmten Film ansehen	748	56,6
Interesse am Thema des Filmabends	401	30,4
besondere Atmosphäre genießen	208	15,7
keine Angabe	20	1,5
insgesamt	1 321	100,0

Frage 11: Wie informieren Sie sich normalerweise über das Caligari-Programm?
Mehrere Antworten möglich.

	abs.	%
Caligari Programmheft	881	66,7
Caligari E-Mail-Newsletter	89	6,7
Zeitungen, Stadtmagazine, Zeitschriften	105	7,9
Internet www.wiesbaden.de/caligari	632	47,8
Internet auf anderen Seiten	39	3,0
über Freunde / Bekannte	232	17,6
Sonstiges	58	4,4
interessiert mich nicht / informiere mich nicht	14	1,1
keine Angabe	26	2,0
insgesamt	1 321	100,0

Frage 12: Haben Sie schon einmal die Vorverkaufsmöglichkeit für Caligari-Eintrittskarten genutzt?

	abs.	%
Nein, kaufe immer direkt an der Abendkasse	333	25,2
Ja	956	72,4
keine Angabe	32	2,4
insgesamt	1 321	100,0

Frage 12_2: Genutzte Vorverkaufsmöglichkeit (Mehrfachnennungen möglich)
Nur Befragte, die schon einmal den Vorverkauf genutzt haben („Ja“ in Frage 12)

	abs.	%
an der Caligari Kasse	496	51,9
in der Tourist-Info	198	20,7
online überwiesbaden.de/caligari	587	61,4
keine Angabe	16	1,7
insgesamt	956	100,0

Frage12a: Waren Sie damit zufrieden?
Nur Befragte, die diese Vorverkaufsart schon einmal genutzt haben

Vorverkaufsmöglichkeit an der Caligari Kasse	abs.	%
Ja	433	87,3
Teils/teils	34	6,9
Nein	8	1,6
keine Angabe	21	4,2
insgesamt	496	100,0
Vorverkaufsmöglichkeit in der Tourist-Info	abs.	%
Ja	161	81,3
Teils/teils	17	8,6
Nein	11	5,6
keine Angabe	9	4,5
insgesamt	198	100,0
Vorverkaufsmöglichkeit online über wiesbaden.de/caligari	abs.	%
Ja	495	84,3
Teils/teils	47	8,0
Nein	15	2,6
keine Angabe	30	5,1
insgesamt	587	100,0

Frage 13: Nutzen Sie heute das Getränkeangebot an der Bar im Foyer?

	abs.	%
Ja	762	57,7
Nein	317	24,0
Weiß noch nicht	212	16,0
keine Angabe	30	2,3
insgesamt	1 321	100,0

Frage 14: Was finden Sie am Caligari besonders gut?

(Offene Antwortmöglichkeit)

**Frage 15: Vervollständigen Sie folgenden Satz:
Wenn es die Caligari FilmBühne nicht mehr gäbe ...**

(Offene Antwortmöglichkeit)

Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Punkten im Caligari?

► Spielzeiten / Anfangszeiten der Filme		
	abs.	%
sehr zufrieden	602	45,6
zufrieden	522	39,5
teils/teils	62	4,7
weniger zufrieden	5	0,4
überhaupt nicht zufrieden	1	0,1
weiß nicht, trifft nicht zu	41	3,1
keine Angabe	88	6,7
► Filmauswahl / Programm		
sehr zufrieden	588	44,5
zufrieden	500	37,9
teils/teils	110	8,3
weniger zufrieden	9	0,7
überhaupt nicht zufrieden	3	0,2
weiß nicht, trifft nicht zu	28	2,1
keine Angabe	83	6,3
► Programmheft, Infos zu den Filmen in Druckform		
sehr zufrieden	664	50,3
zufrieden	406	30,7
teils/teils	30	2,3
weniger zufrieden	4	0,3
überhaupt nicht zufrieden	1	0,1
weiß nicht, trifft nicht zu	110	8,3
keine Angabe	106	8,0
► Online verfügbare Informationen zu Programm/ Filmen auf wiesbaden.de/caligari		
sehr zufrieden	437	33,1
zufrieden	403	30,5
teils/teils	93	7,0
weniger zufrieden	20	1,5
überhaupt nicht zufrieden	5	0,4
weiß nicht, trifft nicht zu	190	14,4
keine Angabe	173	13,1

noch

Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Punkten im Caligari?

► Eintrittspreise	abs.	%
sehr zufrieden	776	58,7
zufrieden	421	31,9
teils/teils	26	2,0
weniger zufrieden	6	0,5
überhaupt nicht zufrieden	0	0,0
weiß nicht, trifft nicht zu	15	1,1
keine Angabe	77	5,8
► Vorverkaufsmöglichkeiten		
sehr zufrieden	581	44,0
zufrieden	374	28,3
teils/teils	58	4,4
weniger zufrieden	31	2,3
überhaupt nicht zufrieden	6	0,5
weiß nicht, trifft nicht zu	131	9,9
keine Angabe	140	10,6
► Wartezeit an der Kasse		
sehr zufrieden	238	18,0
zufrieden	462	35,0
teils/teils	260	19,7
weniger zufrieden	91	6,9
überhaupt nicht zufrieden	19	1,4
weiß nicht, trifft nicht zu	122	9,2
keine Angabe	129	9,8
► Freundlichkeit des Personals		
sehr zufrieden	731	55,3
zufrieden	420	31,8
teils/teils	47	3,6
weniger zufrieden	7	0,5
überhaupt nicht zufrieden	2	0,2
weiß nicht, trifft nicht zu	28	2,1
keine Angabe	86	6,5

noch

Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Punkten im Caligari?

► Service an der Bar im Foyer	abs.	%
sehr zufrieden	548	41,5
zufrieden	437	33,1
teils/teils	73	5,5
weniger zufrieden	16	1,2
überhaupt nicht zufrieden	8	0,6
weiß nicht, trifft nicht zu	134	10,1
keine Angabe	105	7,9
► Getränkesortiment der Bar		
sehr zufrieden	403	30,5
zufrieden	523	39,6
teils/teils	106	8,0
weniger zufrieden	25	1,9
überhaupt nicht zufrieden	3	0,2
weiß nicht, trifft nicht zu	145	11,0
keine Angabe	116	8,8
► Sortiment an Snacks der Bar		
sehr zufrieden	179	13,6
zufrieden	356	26,9
teils/teils	175	13,2
weniger zufrieden	59	4,5
überhaupt nicht zufrieden	19	1,4
weiß nicht, trifft nicht zu	359	27,2
keine Angabe	174	13,2
► Sitzqualität, Bestuhlung		
sehr zufrieden	827	62,6
zufrieden	339	25,7
teils/teils	18	1,4
weniger zufrieden	7	0,5
überhaupt nicht zufrieden	1	0,1
weiß nicht, trifft nicht zu	42	3,2
keine Angabe	87	6,6

noch

Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Punkten im Caligari?

► Bild- und Tonqualität	abs.	%
sehr zufrieden	632	47,8
zufrieden	497	37,6
teils/teils	42	3,2
weniger zufrieden	5	0,4
überhaupt nicht zufrieden	1	0,1
weiß nicht, trifft nicht zu	47	3,6
keine Angabe	97	7,3
► Publikum		
sehr zufrieden	488	36,9
zufrieden	574	43,5
teils/teils	75	5,7
weniger zufrieden	9	0,7
überhaupt nicht zufrieden	2	0,2
weiß nicht, trifft nicht zu	70	5,3
keine Angabe	103	7,8
► Atmosphäre allgemein		
sehr zufrieden	919	69,6
zufrieden	288	21,8
teils/teils	5	0,4
weniger zufrieden	0	0,0
überhaupt nicht zufrieden	1	0,1
weiß nicht, trifft nicht zu	23	1,7
keine Angabe	85	6,4
insgesamt	1 321	100,0

Frage 17: Wenn Sie mit einem oder mehreren der in Frage 16 genannten Punkte unzufrieden sind, was stört Sie konkret?

(offene Antwortmöglichkeit)

**Frage 18: Alles zusammengekommen:
Welche Schulnote von 1 bis 6 würden Sie der Caligari FilmBühne
geben?**

	abs.	%
1 = sehr gut	787	59,6
2 = gut	443	33,5
3 = befriedigend	14	1,1
4 = ausreichend	1	0,1
5 = mangelhaft	0	0,0
6 = ungenügend	0	0,0
keine Angabe	76	5,8
insgesamt	1 321	100,0

**Frage 19: Um das Angebot im Caligari auch in Zukunft attraktiv zu gestalten,
was wäre Ihre wichtigste Anregung oder Ihr wichtigster Verbesserungsvorschlag?**

(offene Antwortmöglichkeit)

**Frage 20: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Filmangebote
genutzt?**

	absolut insgesamt	nie	1 - 2 Mal	3 - 6 Mal	mehr als 6 Mal	weiß nicht	keine Angabe
Cineplex Wiesbaden (Arkaden, Thalia & Hollywood, Apollo-Center)	1 321	34,7	32,3	14,2	5,3	1,3	12,1
CineStar Mainz	1 321	56,9	18,4	2,7	0,8	1,9	19,2
Murnau-Filmtheater	1 321	40,7	30,1	9,0	3,3	1,3	15,7
Anderes Programmkino in Mainz oder Frankfurt	1 321	52,3	17,3	6,9	3,9	1,5	18,1
Streaming-Angebote wie Netflix, Amazon Prime etc.	1 321	47,5	5,4	5,2	23,2	1,0	17,7
Heimkino (Blu-Ray, DVD)	1 321	43,9	11,8	10,1	14,1	1,2	18,9
DVD-Ausleihe in der Mediathek	1 321	66,9	6,4	2,3	3,2	1,1	20,1
Open Air Kino (Bilder- werfer Reisinger Anlagen, Schiersteiner Hafen, ...)	1 321	49,3	26,7	4,1	1,1	1,5	17,3

Frage S1: Sie sind ...

	abs.	%
männlich	434	32,9
weiblich	852	64,5
divers	4	0,3
keine Angabe	31	2,3
insgesamt	1 321	100,0

Frage S2: Ihr Alter?

	abs.	%
unter 20 Jahre	21	1,6
20-29 Jahre	70	5,3
30-39 Jahre	88	6,7
40-49 Jahre	124	9,4
50-59 Jahre	413	31,3
60-69 Jahre	391	29,6
70 Jahre und älter	187	14,2
keine Angabe	27	2,0
insgesamt	1 321	100,0

Frage S3: Wie ist Ihre Wohnsituation?*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

	abs.	%
wohne alleine	423	32,0
Wohngemeinschaft/ WG	55	4,2
wohne bei meinen Eltern	30	2,3
wohne mit (Ehe-)Partner/-in zusammen	537	40,7
wohne mit (Ehe-)Partner/-in + Kind/-ern	203	15,4
wohne alleine mit Kind/-ern zusammen	34	2,6
keine Angabe	39	3,0
insgesamt	1 321	100,0

Frage S4: Haben Sie einen Migrationshintergrund?**Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?**

	abs.	%
Ich besitze eine andere als die deutsche Staatsbürgerschaft	95	7,2
Ich bin eingebürgert worden	61	4,6
Ich oder ein Elternteil ist im Ausland geboren	65	4,9
keine der Aussagen trifft zu	916	69,3
keine Angabe	212	16,0
insgesamt	1 321	100,0

Frage S5: Wie ist Ihre berufliche Situation derzeit?*Bitte alles Zutreffende ankreuzen!*

	abs.	%
Vollzeit erwerbstätig	555	42,0
Teilzeit erwerbstätig	246	18,6
Schüler/-in / Student/-in, in Ausbildung, Wehr- oder Zivildienst, FSJ, FÖJ	74	5,6
Ruhestand / Pension	392	29,7
Elternzeit, Erziehungszeit, Hausfrau, Hausmann	17	1,3
aus anderen Gründen nicht erwerbstätig	28	2,1
keine Angabe	35	2,6
insgesamt	1 321	100,0

Frage S6: Ihr höchster Schulabschluss? Bitte nur ein ☒

	abs.	%
(noch) kein Schulabschluss	15	1,1
Hauptschulabschluss (9. Klasse)	27	2,0
Mittlere Reife / Realschulabschluss (10. Klasse)	190	14,4
Abitur, Fachhochschulreife	322	24,4
Hochschulabschluss	697	52,8
anderen Schulabschluss oder im Ausland	28	2,1
keine Angabe	42	3,2
insgesamt	1 321	100,0

Frage S7: Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen?

	abs.	%
unter 500 Euro	33	2,5
500 bis unter 1.000 Euro	42	3,2
1.000 bis unter 1.500 Euro	84	6,4
1.500 bis unter 2.000 Euro	112	8,5
2.000 bis unter 2.500 Euro	115	8,7
2.500 bis unter 3.000 Euro	116	8,8
3.000 bis unter 3.500 Euro	123	9,3
3.500 bis unter 4.000 Euro	88	6,7
4.000 bis unter 4.500 Euro	72	5,5
4.500 bis unter 5.000 Euro	69	5,2
5.000 bis unter 6.000 Euro	77	5,8
6.000 bis unter 7.000 Euro	44	3,3
7.000 bis unter 8.000 Euro	19	1,4
8.000 Euro und mehr	43	3,3
keine Angabe	284	21,5
insgesamt	1 321	100,0

Publikumsbefragung CALIGARI FILMBÜHNE

1. Welchen Film sehen Sie sich heute hier an?

2. Wie oft besuchen Sie die CALIGARI FILMBÜHNE normalerweise?

- ☐ mehrmals pro Woche
☐ ca. 1 mal pro Woche
☐ ca. 1 mal im Monat
☐ ca. 3 bis 8 mal im Jahr
☐ seltener
☐ nie / heute zum ersten Mal

3. Besuchen Sie die heutige Vorstellung allein oder zusammen mit anderen?

- ☐ allein
☐ mit Ehe- / Lebens-Partner/in
☐ mit Freunden / Bekannten
☐ Sonstige Personen

4. Woher kommen Sie? Aus Wiesbaden oder von außerhalb?

- ☐ Wiesbaden Innenstadt
☐ Wiesbaden anderer Stadtteil
☐ außerhalb

Von wo? Bitte notieren Sie die Postleitzahl

(PLZ)

(Wohnort)

5. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute gekommen?

- ☐ zu Fuß
☐ mit dem Fahrrad
☐ öffentliche Verkehrsmittel (Bus, Bahn)
☐ Auto
☐ Sonstiges (z. B. Taxi, Motorrad)

6. Nutzen Sie für die Hin- oder Rückfahrt das RMV-Kombiticket?

- ☐ Ja, für die Hinfahrt
☐ Ja, für die Rückfahrt
☐ Nein, nutze ich nicht
☐ kenne ich nicht
☐ besitze Zeitkarte / Jobticket

7. Welche Arten von Filmen sehen Sie am liebsten?

Bitte max. 5 Vorlieben ankreuzen!

- | | | |
|--|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Spielfilm | <input type="checkbox"/> Stummfilm | <input type="checkbox"/> Autorenfilm |
| <input type="checkbox"/> Kurzfilme | <input type="checkbox"/> Musikfilm | <input type="checkbox"/> Action / Thriller |
| <input type="checkbox"/> Dokumentarfilm | <input type="checkbox"/> Krimi | <input type="checkbox"/> Science Fiction |
| <input type="checkbox"/> Animationsfilm | <input type="checkbox"/> Komödie | <input type="checkbox"/> Sonstiges: |
| <input type="checkbox"/> Literaturverfilmung | <input type="checkbox"/> Drama | |

8. In welcher Sprachfassung sehen Sie internationale Filme am liebsten?

Bitte nur 1 Antwort ankreuzen!

- ☐ in der deutschen Fassung (synchronisiert)
☐ in der Originalsprache mit deutschen Untertiteln
☐ in der Originalsprache ohne Untertitel
☐ unterschiedlich, kommt auf die Originalsprache an / kommt auf den Film an
☐ ist mir eigentlich egal

+

- 2 -

+

9. Kennen Sie die folgenden Festivals im CALIGARI? Wie oft haben Sie diese schon besucht?

Bitte in jeder Zeile ein <input type="checkbox"/>	kenne ich nicht	kenne ich, habe ich bisher in ... besucht				
		noch nie	1-2 Jahren	3-6 Jahren	mehr als 6 Jahren	weiß nicht
exground filmfest (November)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
goEast (April / Mai)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deutsches FernsehKrimi-Festival (März)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Homonale (Januar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


10. Welches Motiv stand für Ihren heutigen Besuch in der Caligari FilmBühne im Vordergrund?

Bitte max. 2 Antworten ankreuzen!

- ☐ mit Freunden / Partner/-in etwas unternehmen
☐ Entspannung vom Alltag, Unterhaltung
☐ bestimmten Film sehen
☐ Interesse am Thema des Filmabends
☐ besondere Atmosphäre genießen

11. Wie informieren Sie sich normalerweise über das CALIGARI-Programm?

Mehrere Antworten möglich

- ☐ CALIGARI Programmheft  Wo beziehen Sie dieses / welche Auslagestelle?
☐ CALIGARI E-Mail-Newsletter
☐ Zeitungen, Stadtmagazine, Zeitschriften, und zwar: _____
☐ Internet www.wiesbaden.de/caligari
☐ Internet auf anderen Seiten und zwar: _____
☐ über Freunde / Bekannte
☐ Sonstiges und zwar: _____
☐ interessiert mich nicht / informiere mich nicht

12. Haben Sie schon einmal die Vorverkaufsmöglichkeit für CALIGARI-Eintrittskarten genutzt?

- ☐ Nein, ich kaufe immer direkt an der Abendkasse

☐ Ja,

- ☐ an der CALIGARI Kasse 
☐ in der Tourist-Info 
☐ online über wiesbaden.de/caligari 

12a. Waren Sie damit zufrieden?

- ☐ Ja ☐ Teils/teils ☐ Nein
☐ Ja ☐ Teils/teils ☐ Nein
☐ Ja ☐ Teils/teils ☐ Nein

13. Nutzen Sie heute das Getränkeangebot an der Bar im Foyer?

- ☐ Ja ☐ Nein ☐ Weiß (noch) nicht

14. Was finden Sie am CALIGARI besonders gut?**15. Vervollständigen Sie folgenden Satz: Wenn es die Caligari FilmBühne nicht mehr gäbe ...**

+

- 3 -

+

16. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Punkten im CALIGARI?

Bitte in jeder Zeile ein <input type="checkbox"/>	sehr zufrieden	zufrie- den	teils / teils	weniger zufrie- den	überhaupt nicht zu- frieden	weiß nicht / trifft nicht zu
Spielzeiten / Anfangszeiten der Filme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Filmauswahl, Programm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Programmheft, Infos zu den Filmen in Druckform	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online verfügbare Informationen zu Programm/Filmen auf wiesbaden.de/caligari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eintrittspreise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorverkaufsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wartezeit an der Kasse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freundlichkeit des Personals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Service an der Bar im Foyer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Getränkessortiment der Bar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sortiment an Snacks der Bar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sitzqualität, Bestuhlung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bild- und Tonqualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Publikum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atmosphäre allgemein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Wenn Sie mit einem oder mehreren der in Frage 16 genannten Punkte unzufrieden sind, was stört Sie konkret?

18. Alles zusammengefasst:**Welche Schulnote von 1 bis 6 würden Sie der CALIGARI FilmBühne geben?**

<input type="checkbox"/> 1 (sehr gut)	<input type="checkbox"/> 2 (gut)	<input type="checkbox"/> 3 (befriedigend)	<input type="checkbox"/> 4 (ausreichend)	<input type="checkbox"/> 5 (mangelhaft)	<input type="checkbox"/> 6 (ungenügend)
--	-------------------------------------	--	---	--	--

19. Um das Angebot im CALIGARI auch in Zukunft attraktiv zu gestalten, was wäre Ihre wichtigste Anregung oder Ihr wichtigster Verbesserungsvorschlag?

20. Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Filmangebote genutzt?

Bitte in jeder Zeile ein <input type="checkbox"/>	nie	1-2 Mal	3-6 Mal	mehr als 6 Mal	weiß nicht
Cineplex Wiesbaden (Arkaden, Thalia & Hollywood, Apollo-Center)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CineStar Mainz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Murnau-Filmtheater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anderes Programmkinos in Mainz oder Frankfurt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streaming Angebote wie Netflix, Amazon Prime etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Heimkino (Blu-ray, DVD)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DVD-Ausleihe in der Mediathek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Open Air Kino (Bilderwerfer Reisinger Anlagen, Schiersteiner Hafen, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

+

- 4 -

+

Fast geschafft! Nur noch ein paar statistische Angaben ...**S1. Sie sind ...**

- ☐ männlich ☐ weiblich ☐ divers

S2. Ihr Alter?

- ☐ unter 20 Jahre ☐ 30 - 39 Jahre ☐ 50 - 59 Jahre ☐ 70 Jahre u. älter
☐ 20 - 29 Jahre ☐ 40 - 49 Jahre ☐ 60 - 69 Jahre

S3. Wie ist Ihre Wohnsituation?*Bitte nur eine Antwort ankreuzen!*

- ☐ wohne alleine ☐ wohne mit (Ehe-)Partner/-in zusammen
☐ Wohngemeinschaft / WG ☐ wohne mit (Ehe-)Partner/-in + Kind(ern) zusammen
☐ wohne bei meinen Eltern ☐ wohne alleine mit Kind(ern) zusammen

S4. Haben Sie einen Migrationshintergrund? Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?

- ☐ Ich besitze eine andere als die deutsche Staatsbürgerschaft
☐ Ich bin eingebürgert worden
☐ Ich oder ein Elternteil ist im Ausland geboren
☐ keine der Aussagen trifft zu

S5. Wie ist Ihre berufliche Situation derzeit? Bitte alles Zutreffende ankreuzen!

- ☐ Vollzeit erwerbstätig
☐ Teilzeit erwerbstätig
☐ Schüler/in / Student/in, in Ausbildung, Wehr- oder Zivildienst, FSJ, FÖJ
☐ Ruhestand / Pension
☐ Elternzeit, Erziehungszeit, Hausfrau, Hausmann
☐ aus anderen Gründen nicht erwerbstätig

S6. Ihr höchster Schulabschluss? Bitte nur ein ☐

- ☐ (noch) kein Schulabschluss
☐ Hauptschulabschluss (9. Klasse)
☐ Mittlere Reife / Realschulabschluss (10. Klasse)
☐ Abitur, Fachhochschulreife
☐ Hochschulabschluss
☐ anderen Schulabschluss oder im Ausland erworben

S7. Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen?

- ☐ bis unter 500 € ☐ 3.500 bis unter 4.000 €
☐ 500 bis unter 1.000 € ☐ 4.000 bis unter 4.500 €
☐ 1.000 bis unter 1.500 € ☐ 4.500 bis unter 5.000 €
☐ 1.500 bis unter 2.000 € ☐ 5.000 bis unter 6.000 €
☐ 2.000 bis unter 2.500 € ☐ 6.000 bis unter 7.000 €
☐ 2.500 bis unter 3.000 € ☐ 7.000 bis unter 8.000 €
☐ 3.000 bis unter 3.500 € ☐ 8.000 € und mehr

**Das war's! Bitte den Fragebogen einwerfen,
 Verlosungsschein ausfüllen und mit etwas Glück Freikarten gewinnen!**

Vielen Dank und noch viel Spaß im CALIGARI!

► Frühere Publikationen auf Anfrage erhältlich

- 99 Leben in Wiesbaden 2018
Konzept und Beteiligung an der Bürgerumfrage
Februar 2019
- 100 Soziodemographischer Wandel
und soziale Lage im Bergkirchenviertel
Februar 2019
- 101 Digitaler Wandel in Wiesbaden
mit Ergebnissen der Umfrage „Leben in Wiesbaden 2018“
April 2019
- 102 Leben in Wiesbaden 2018
Fakten und Einstellungen zum Thema Verkehr
April 2019
- 103 Leben in Wiesbaden 2018
Wahrnehmung und Bewertung städtischer Lebensqualität
Juni 2019
- 104 Pflegebedürftigkeit und Pflege in Wiesbaden
Juli 2019
- 105 Engagierte Bürgerschaft?
Umfrageergebnisse zu Bürgerengagement und Bürgerbeteiligung 2019
Juli 2019
- 106 Leben in Wiesbaden 2018
Wohnzufriedenheit und Wohnkostenbelastung
November 2019
- 107 Leben in Wiesbaden 2018
Zufriedenheit und persönliche Lebensqualität
der Wiesbadener/-innen mit und ohne Behinderung
Dezember 2019
- 108 Leben in Wiesbaden 2018
- Die wichtigsten Ergebnisse der Bürgerumfrage im Überblick
Dezember 2019
- 109 Das Sicherheitsgefühl junger Wiesbadenerinnen und Wiesbadener
Januar 2020
- 110 Wiesbadens Pendler und Pendlerverflechtungen 2009/2018
Mai 2020
- 111 Daten zum Verkehrsverhalten der Wiesbadener Bevölkerung
- Ergebnisse des SrV 2018
Mai 2020
- 112 Die Caligari FilmBühne in der Publikumswertung 2020
August 2020

Publikationsbezug ist kostenfrei

Aktuelle Hefte sind im Internet abrufbar www.wiesbaden.de/statistik

► In der Reihe „blickpunkt“ sind erschienen

- 01 Die Wählerwanderungen bei der Stadtverordnetenwahl 2011 und 2015
März 2016
- 02 Lebenspartnerschaften in Wiesbaden
Juni 2016
- 03 Wiesbaden auf dem Weg zur Hochschulstadt?
August 2016
- 04 Studienanfänger, Studierende und Absolventen an Wiesbadens Hochschulen 2005 - 2015
August 2016
- 05 Geschlechterproportionen in Wiesbaden 1946 bis 2015
September 2016
- 06 Bevölkerungsstatistische Effekte der Zweitwohnungsteuer
Oktober 2016
- 07 Wetter und Klima in Wiesbaden
Dezember 2016
- 08 Gut leben in Wiesbaden - Städtische Lebensqualität aus Bürgersicht
Dezember 2016
- 09 Veränderungen der Wohnverhältnisse
im Sanierungsgebiet „An der Bergkirche“ 1968 - 2015
März 2017
- 10 „Hochmobile Stadtgesellschaft“
Mobilitätsentwicklungen 1977 - 2016
August 2017
- 11 Der öffentliche Dienst als Arbeitgeber in Wiesbaden
April 2018
- 12 Die Volksabstimmungen am 28. Oktober 2018 in Wiesbaden
Dezember 2018
- 13 Wiesbadener Wohlgefühl im Wandel?
Erste Ergebnisse der Bürgerumfrage 2018
Februar 2019
- 14 Was steht aus Bürgersicht auf der kommunalen ToDo-Liste?
Weitere Ergebnisse aus der Bürgerumfrage „Leben in Wiesbaden“ 2018
März 2019
- 15 Bürgerumfragen „Leben in Wiesbaden“ 2014 - 2016 - 2018
„Bürgerbeteiligung“ und „Bürgerengagement“ in der Prioritätenliste
April 2019
- 16 Das Wahlverhalten der Wiesbadener und Wiesbadenerinnen
zwischen der Europawahl und Oberbürgermeisterwahl 2019
Juni 2019
- 17 Die Europawahl am 26. Mai 2019
Ergebnisse der repräsentativen Wahlstatistik in Wiesbaden
Juli 2019
- 18 Überschuldung von Privatpersonen in Wiesbaden
November 2019

Publikationsbezug ist kostenfrei

Aktuelle Hefte sind im Internet abrufbar www.wiesbaden.de/statistik



► www.wiesbaden.de/statistik

Wie viele Menschen wohnen in Wiesbaden und seinen Stadtteilen? Wo leben die meisten Singles? Wie viele Beschäftigte sind im Einzelhandel tätig? Diese und andere Fragen beantwortet das Web-Angebot von "Statistik Wiesbaden":

Die Rubrik **Statistik aktuell** zeigt die Pressemitteilungen zu den neuesten Veröffentlichungen. Außerdem stehen monatlich aktualisierte Informationen zur Einwohnerzahl in den Wiesbadener Stadtteilen sowie zur Arbeitslosigkeit bereit.

Das **Statistische Jahrbuch** enthält Daten zu allen wesentlichen städtischen Lebensbereichen (Bevölkerung, Wirtschaft, Wohnen, Bildung, Soziales etc.) und zeigt die Entwicklung der letzten fünf Jahre auf. Auch ein Vergleich Wiesbadens mit den anderen Rhein-Main-Städten ist möglich.

Monitoringsysteme sind eine Zusammenstellung von Kennzahlen zu wichtigen städtischen Themen, zum Beispiel zum Stand der Integration von Migranten oder zum Wohnungsmarkt, zur Bildungsbeteiligung, zum Arbeitsmarkt sowie zum demographischen Wandel.

Für alle, die es genau wissen wollen: Die **Stadtteilprofile** bieten für jeden der 26 Wiesbadener Ortsbezirke statistische Informationen und Kennzahlen. Auch für noch kleinere Gebietseinheiten - die sogenannten **Planungsräume** - sind wichtige Daten in übersichtlicher Form online abrufbar. Die unterschiedlichen Indikatoren aus den Stadtteilprofilen kann man sich in Form einer **Karte** anzeigen lassen. Außerdem besteht die Möglichkeit, ein „Gebietsprofil“ - eine Zusammenschau aller Indikatoren - zu erstellen.

Bürgerumfragen ergänzen die Statistiken um subjektive Indikatoren, zum Beispiel zur Wahrnehmung und Bewertung städtischer Lebensqualität. In der Rubrik **Umfragen und Erhebungen** werden Umfrageergebnisse bereitgestellt.

Last but not least steht ein Großteil der **Wahlanalysen und Publikationen**, die das Amt für Statistik und Stadtforschung in den vergangenen Jahren erstellt hat als **PDF-Version** zum Herunterladen zur Verfügung.

Wer noch mehr wissen möchte, kann eine passgenaue Auswertung statistischer Daten anfordern. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Amtes für Statistik und Stadtforschung beraten gerne.



WInfo

DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

Amt für Statistik und Stadtforschung
Information & Dokumentation
Postfach 39 20, 65029 Wiesbaden

☎ 06 11/31-54 34 | FAX: 06 11/31-39 62

E-Mail: dokumentation@wiesbaden.de

Internet: www.wiesbaden.de/statistik

www.wiesbaden.de/umfrage

www.wiesbaden.de/stadtforschung

Informierte wissen mehr ...

www.wiesbaden.de/statistik

www.wiesbaden.de/umfrage

www.wiesbaden.de/stadtforschung



Landeshauptstadt Wiesbaden
Amt für Statistik und Stadtforschung
Wilhelmstraße 32 | 65183 Wiesbaden

Telefon 06 11 | 31 54 34
E-Mail dokumentation@wiesbaden.de

 **WinInfo**
DATEN · ANALYSEN · WIESBADEN

