

# Autolust. Eine Ausstellung über die Emotionen des Autofahrens

## Ein auswertender Rückblick



Das Stapferhaus Lenzburg zeigte seine Produktion „Autolust. Eine Ausstellung über die Emotionen des Autofahrens“ vom 16. Februar bis 27. Oktober 2002 (inkl. sechswöchiger Sommerpause) im ehemaligen Lenzburger Zeughausareal. „Autolust“ beleuchtete in vierzehn multimedialen, sinnlichen Installationen die emotionale Beziehung zwischen Mensch und Auto. Spielerisch ergründete die Ausstellung die Bedeutung des Autos, die weit über den Status eines Fortbewegungsmittels hinaus reicht.

Die Besucherumfrage\*, die gesammelten Medienrezensionen und die Einträge im Gästebuch führen zur folgenden zusammenfassenden Auswertung der Ausstellung:

**20'000. Die Besucherzahl:** In den sieben Monaten besuchen etwas mehr als 20'000 Besucherinnen und Besucher die Ausstellung, davon reisen gut 12'000 einzeln und 8'000 in einer Gruppe an. Ab Mitte Mai steht „Autolust“ in direkter Konkurrenz zur Expo02.

**Bestnote. Die Beurteilung der Ausstellung:** 95% der Besucherinnen und Besucher gefällt die Ausstellung „sehr gut“ oder „gut“, wobei der grössere Anteil von 64.6% der Ausstellung die Bestnote erteilt. Auf der „Hitliste“ der einzelnen Installationen belegen „der Liegesitz“, „der Sonntagsausflug“ und „das Autoporträt“ die Spitzenplätze.

**Von der AZ bis zur FAZ. Die Medienresonanz.** Über die Besucherzahl hinaus findet die Ausstellung medial eine ausserordentlich grosse und ausschliesslich positive Resonanz. Sie reicht von SFDRS und SRDRS über die Aargauer Zeitung, den Tages-Anzeiger, die Neue Zürcher Zeitung und die Weltwoche bis zur Frankfurter Allgemeinen Zeitung und von der kirchlichen Zeitschrift Leben und Glauben über die VCS- bis zur TCS-Zeitschrift.

**Medien und Mund zu Mund. Die Öffentlichkeitsarbeit:** 38.4% der Besucherinnen und Besucher kommen über Medienberichte (Print, Radio, Fernsehen) in die Ausstellung, 22.4% über Empfehlung von Bekannten. Die teureren Werbemittel wie Inserate und Plakate sind klar weniger effektiv als die schwer beeinflussbare „Mund zu Mund“-Werbung oder die Rezensionen in den Medien. Grundsätzlich spricht dies für die Qualität der Ausstellung.

**Freundlich, aber teuer. Die Ausstellungsorganisation:** Die Höhe des Eintrittspreises (16.- für eine erwachsene Person) hat eine Grenze erreicht. Fast 40% der Besucherinnen und Besucher beurteilen den Preis als „teuer“ oder „zu teuer“, 58.7% finden ihn „angemessen“. (Den Eintritt von 12.- bei „Last minute“ fanden 80% angemessen)

Eine grosse Mehrheit (85.4%) der Besucherinnen und Besucher ist mit dem Betreuungspersonal und 70% mit der Signalisation zufrieden.

**Dezent, aber wirkungsvoll. Wahrnehmung der Sponsoren und des Veranstalters:** Das Stapferhaus hat mit der Ausstellung „Autolust“ die ideale Form der Sponsoren-Nennung gefunden: Der weitaus grösste Teil der Besucherinnen und Besucher (79%) kann sich nach dem Ausstellungsbesuch an einen oder mehrere Sponsoren-Namen erinnern und insgesamt werden alle Hauptsponsoren und Partner genannt. Obwohl der Sponsoren-Auftritt also deutlich war, empfanden ihn 82.9% der Besucherinnen und Besucher als sehr diskret. Im Vergleich zur Ausstellung „Last minute“ wurde damit der Sponsoren-Auftritt eindeutig optimiert: Bei „Last minute“ konnten sich nur 61% an einen Namen erinnern und 74% beurteilten den Auftritt als „dezent“.

**Mit dem Auto in die Ausstellung und ins Gasthaus. Das Besucherverhalten:** Mehr als die Hälfte der Besucherinnen und Besucher (58%) verweilen vor oder nach dem Besuch in Lenzburg, wobei der grösste Teil (6072 Personen) ein Gasthaus besucht. Für 3120 Personen (15.6%) bedeutet der Ausstellungsbesuch den ersten Aufenthalt in Lenzburg. Zwei Drittel der Besucherinnen und Besucher reisen mit dem Auto zur Ausstellung und nur ein knappes Drittel benutzt den Zug. Darin unterscheidet sich „Autolust“ stark von „Last minute“, wo über 60% mit dem Zug anreisen.

**Mehr Männer, mehr Aargauer und unterschiedlichste Bildungsniveaus. Die Besucherstruktur:** „Autolust“ ist die erste Stapferhaus-Ausstellung, deren Publikum nicht überwiegend weiblich ist: „Autolust“ zählt 50.7% Männer und 46.5% Frauen (2.8% der Befragten machen keine Angaben). Das Durchschnittsalter der „Autolust“-Besucherinnen und -Besucher liegt mit 37 Jahren etwas tiefer als dasjenige von „Last minute“ (42 Jahre), wobei der Einbezug des Durchschnittsalters der Gruppenbesucherinnen und -besucher dieses mittlere Alter zusätzlich senken würde. Die Ausstellung „Autolust“ erreicht hinsichtlich des Bildungsniveaus eine sehr breite Bevölkerungsschicht und vermag die Berufsschul- sowie Universitätsabgänger gleichermassen zu begeistern. Der prozentuale Anteil der Besucherinnen und Besucher aus dem Kanton Aargau ist bei „Autolust“ mit 47.4% im Vergleich zu „Last minute“ (29%) wieder höher. Besonders stark vertreten sind wiederum die Kantone Zürich (19%) und Bern (11.5%).

**Automobilskeptiker sowie Automobilfreunde. Die Struktur der Besuchergruppen.** Eine spezifische Auswertung der Gruppenbesuche zeigt, dass sich der grösste Teil (59.7%) der insgesamt 463 Gruppen dem Schul- und Ausbildungsbereich zuordnen lässt. Die Heterogenität der Erwachsenengruppen macht deutlich, dass „Autolust“ wie erhofft ein sehr breites Publikum erreicht und nebst Fachleuten vom TCS bis zum VCS und vom Bewährungsdienst bis zur Schuldenberatungsstelle sowohl ein automobilskeptisches (z.B. Umweltfachgruppen) wie auch ein automobilfreundliches Publikum (z.B. Markenclubs) fasziniert.

**Autolust in Deutschland. Die Einladung nach Berlin.** Die Ausstellung „Autolust“ stösst in Museumsfachkreisen auf grosses Interesse. Das Stapferhaus Lenzburg wertet es als Auszeichnung, dass das Deutsche Technikmuseum Berlin, ein Fachmuseum mit jährlich 300'000 BesucherInnen, „Autolust“ im Herbst 2004 in Berlin zeigen möchte. Das Stapferhaus Lenzburg führt zur Zeit die Vertragsverhandlungen.

Stapferhaus Lenzburg

---

\* Die Resultate der Besucherumfrage sind repräsentativ. Weitere Details der Besucherauswertung oder der Ausstellungsrezensionen erhalten Sie im Stapferhaus Lenzburg, 5600 Lenzburg, Tel. 062 888 48 00, [www.stapferhaus.ch](http://www.stapferhaus.ch)