

**"Bewußter leben -  
Europa gegen  
den Krebs"**

**Evaluation von  
Ausstellungen zur  
Gesundheitsaufklärung**

**Vorgelegt der:**

**Bundeszentrale für  
gesundheitliche Aufklärung  
Ostmerheimer Straße 200  
5000 Köln 91**

**Von:**

**SALSS - Sozialwissenschaftlich  
Forschungsgruppe GmbH  
Heinkelstraße 17  
5300 Bonn 1  
Tel. (0228) 25 91 19**

**ARCHIVEXEMPLAR**

**Reg.-No. 120024  
(13.2.79)**

---

**November 1990**

## **Vorbemerkung**

---

Im Auftrag der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) hat die Forschungsgruppe SALSS eine sozialwissenschaftliche Evaluation dreier Ausstellungen zur Gesundheitsaufklärung vorgenommen, die im Sommer und Herbst 1990 in Hamburg, Köln und Essen durchgeführt wurden. Diese Ausstellungen waren jeweils konkrete Umsetzungen eines Grundkonzeptes unter dem Motto "Bewußter leben - Europa gegen den Krebs".

Der Komplexität des Gegenstandes entsprechend wurde bei der Untersuchung eine Vielfalt sozialwissenschaftlicher Erkundungsverfahren kombiniert: von systematischen Beobachtungen über Besucherbefragungen bis zu Erhebungen unter potentielltem Publikum.

Die Ergebnisse wurden in Form einer tabellarischen Dokumentation aufbereitet. Der vorliegende Bericht enthält eine komprimierte Darstellung und Interpretation dieser Daten und auch jener Erkenntnisse, die sich nicht quantifizieren ließen.

## Inhalt

---

<b>Einleitung</b>	<b>4</b>
1. Die Ausstellungen	4
2. Werbung	6
3. Zum Untersuchungskonzept	7
<b>A Besucherzählungen</b>	<b>9</b>
1. Quantitäten und Strukturen	9
2. Besucherströme als Belastungsquelle	11
3. Beobachtungen an ausgewählten Punkten	13
<b>B Besucherbefragungen</b>	<b>16</b>
1. Die Stichproben: Strukturen und Kontext	16
2. Zufälliger oder geplanter Besuch	21
3. Der Besuch: Mit wem und wie lange?	23
4. Erwartungen	26
5. Die eigene Gesundheit: Wissen und Verhalten	28
6. Besucherbeteiligung	33
7. Material zum Mitnehmen	35
8. Lernen und Handeln	38
9. Bewertungen	40
<b>C Befragungen im Einzugsbereich</b>	<b>43</b>
1. Die Stichproben: Strukturen im Vergleich	43
2. Die Ausstellungen: Information, Kontakt, Interesse	45
3. Gesundheitsverhalten	48

## Einleitung

### 1. Die Ausstellungen

Im Sommer und Herbst 1990 hat die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung drei Ausstellungen unter dem Motto "Bewußter leben - Europa gegen den Krebs" durchgeführt, und zwar in:

- Hamburg vom 16. - 22. August,
- in Köln vom 30. August - 2. September und
- in Essen vom 15. - 21. Oktober.

In dem Konzept für diese Ausstellungen manifestiert sich die Absicht, auf eine behutsame, argumentativ-beratende Weise und gestützt auf griffige Informationen das allgemeine Gesundheitsbewußtsein der Menschen zu erhöhen, um damit - nur scheinbar indirekt - auch zur Krebsprävention beizutragen. Dahinter steht die Einsicht, daß eine Gesundheitsaufklärung mit Schreckensbildern (Beispiel: dem Raucher wird eine vom Teer entsetzlich geschwärzte Raucherlunge gezeigt, um ihn vom Rauchen abzuhalten), wenn überhaupt, dann nur eher kurzfristig positive Wirkungen zeitigt, in längerfristiger Perspektive aber eher als negativ eingeschätzt werden muß. So heißt es etwa in einer Pressemitteilung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung:

"Wissenschaftliche Untersuchungen haben gezeigt, daß Aufklärung mit Schrecken zunächst scheinbar große Erfolge haben kann - Raucher nehmen sich vor, mit dem Rauchen aufzuhören, Übergewichtige sparen Süßigkeiten ein -, daß dieser Erfolg aber nicht von Dauer ist. Nach dem Rückfall in die "alten Sünden" erwiesen sich die Klienten dieser Untersuchungen als nicht mehr zugänglich für weitere Gesundheitsappelle.

Moderne Gesundheitsaufklärung ... muß von den Bedürfnissen der Menschen ausgehen und die bei ihnen vorhandenen Motive für gesundheitsgerechtes Verhalten fördern.

Das ist nicht einfach, vor allem wenn Ängste im Spiel sind. Die weitverbreitete Angst vor Krebs, welche die tatsächliche Gefährdung vergrößert und überschätzt, führt bspw. dazu, daß viele Menschen die Möglichkeit, selbst einmal krebskrank werden zu können, ignorieren und schon deshalb nicht zur Früherkennung gehen. Diese Angst kann am besten abgebaut werden, indem der Krebserkrankung das Geheimnisvolle genommen und darüber wie über andere Krankheiten gesprochen wird."

Neben dem Abbau irrationaler Ängste geht es vor allem bei jungen Menschen darum, eine in der Regel vorhandene Ich-Ferne zu überwinden, damit man ihnen die Absichten der Krebsprävention näher bringen kann.

Aus diesem Grunde wurde besonders darauf geachtet, daß sich die Besucher "ihre" Informationen auf eine ihnen gemäße Weise beschaffen können. So etwa gibt es Meßeinrichtungen, an denen man gesundheitsrelevante Grunddaten ermitteln kann, Informationscomputer unterschiedlicher Thematik, die sich interaktiv befragen lassen, und ein breites Angebot an gedrucktem Aufklärungsmaterial, aus dem man sich bedienen mag, um auf der Ausstellung erfahrenen Anregungen weiter nachgehen zu können. Bereiche, in denen man verweilen und sich wohlfühlen kann, wie etwa die "Spielecke", vervollständigen das Bild.

Erheblichen Wert legt das Ausstellungskonzept darauf, daß sich Informationen nicht nur "technisch" oder über Druckmedien abrufen lassen, sondern auch über persönliche Kommunikation. So waren auf den drei Ausstellungen im Durchschnitt sechs bis sieben Fachbetreuer tätig (mit einschlägigen Qualifikationen wie Ökotrophologin und Sportwissenschaftler), die den Besuchern gerne und freundlich für Erklärungen aller Art zur Verfügung standen und sich oft auch in intensivere Gespräche verwickeln ließen. Dieser Stab von Fachbetreuern wurde in der Regel von zwei bis drei Mitarbeitern der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung unterstützt.

Obwohl das Veranstaltungskonzept ein in sich geschlossenes Ganzes darstellt, hatten doch die Ausstellungen an den drei Orten für die jeweiligen Besucher ein recht unterschiedliches Gesicht. In Hamburg war die Ausstellung "Bewußter leben" in ein großes Einkaufszentrum am Rande des innerstädtischen Bereiches integriert. Es gab dort relativ viel typisches Einkaufspublikum, aber auch in demselben Gebäudekomplex beschäftigte Behördenbedienstete stießen in ihren Pausen dazu. Die Ausstellung war nach mehreren Seiten hin offen und gegenüber dem Einkaufszentrum nicht besonders abgegrenzt.

Die Kölner Ausstellung war in einem Zelt untergebracht, das sich in der Nähe des zentralen Neumarktes befand, auf dem sich während der parallel durchgeführten "Kölner Gesundheitstage" andere Zelte bzw. Informationsstände befanden, mit denen ebenfalls Gesundheitsaufklärung betrieben wurde. Diese "Kölner Gesundheitstage" haben vermutlich ein Publikum angezogen, das schon ein etwas überdurchschnittlich entwickeltes Gesundheitsbewußtsein mitbrachte.

In Essen befand sich die Ausstellung in einer großen Verbrauchermesse, nicht ganz zentral gelegen - doch mit guter Verkehrsanbindung. Für die Verbrauchermesse, und damit auch für die Ausstellung, war ein Eintrittspreis zu zahlen (8 DM, wenn nicht besondere Ermäßigungs-

gründe vorlagen). Die Ausstellung selbst war gegenüber ihrer unmittelbaren Umgebung noch weniger abgegrenzt, als dies für Hamburg verzeichnet wurde. Beim Publikum handelte es sich um typische Besucher einer Verbrauchermesse - in aller Regel ohne besonders entwickeltes Gesundheitsbewußtsein.

Im Zusammenhang mit den Ausstellungsbedingungen in Essen ist noch zu notieren, daß vor allem die Beratungsgespräche sehr unter dem konstant hohen Lärmniveau in der entsprechenden Messehalle litten. Mit anderen Worten, die Arbeitsbedingungen des Betreuungstabes, aber auch die der vor Ort tätigen Mitarbeiter der Forschungsgruppe SALSS, waren an der Grenze des Zumutbaren.

## **2. Werbung**

---

Für die Ausstellungen wurde mit einem achtseitigen, mehrfarbigen Faltblatt im Format DIN A5 und mit Pressearbeit geworben. 180.000 Faltblätter wurden in Hamburg, 120.000 in Köln an Apotheken und Arztpraxen verteilt. In Essen wurden 50.000 Faltblätter an Passanten in Einkaufszentren verteilt bzw. bei städtischen Dienststellen ausgelegt.

In Hamburg und Köln wurden darüberhinaus Plakate im Format DIN A3 eingesetzt, die in ihrer Aufmachung dem Faltblatt entsprachen.

Das Faltblatt unterrichtete die Bürger an den Ausstellungsorten über die Aktions- und Informationsangebote der Ausstellung und forderte zur Teilnahme an einem Quiz zum europäischen Kodex über Krebs auf.

Das in hoher Auflage gestreute Faltblatt enthielt neben dem Quiz noch die Aufforderung an besonders Interessierte, an die BZgA zu schreiben: Man sollte zu der Frage Stellung nehmen, ob es leicht oder nicht so leicht falle, die Regeln zum europäischen Kodex über Krebs einzuhalten.

Jeder, der das Quiz oder eine Stellungnahme an die BZgA einsandte, wurde mit einem neu entwickelten Brettspiel "Bewußter leben" belohnt.

Die Inhalte des Spiels sind weitgehend deckungsgleich mit den Themen, die in der Broschüre "Bewußter leben" behandelt werden. Über das Spiel werden vor allem junge Leute - aber nicht nur sie - auf unter-

haltsame Weise mit den wichtigsten Regeln der Krebsprävention und Krebsfrüherkennung vertraut gemacht.

Der Hauptgewinn für eine Teilnahme am Quiz war eine Fahrt mit einem Heißluftballon. Der in dunkelblau gehaltene Ballon startete mehrmals täglich in der Nähe des Ausstellungsortes. Der Ballon selbst trug die Aufschrift "Bewußter leben - mit Europa gegen den Krebs". Er war zusätzlich noch mit dem Europa-Emblem - goldener Sternen-Kranz - versehen. Am Korb des Heißluftballons kündigte ein Transparent Ort und Dauer der Ausstellung an.

Die Starttermine des Ballons wurden als "events" dazu genutzt, der Presse die Sieger des Quiz vorzustellen. Zugleich wurden die Pressevertreter mit den Absichten der Ausstellung vertraut gemacht. Der Presse wurde angeboten, authentische Äußerungen von Bürgern zum europäischen Kodex gegen den Krebs in ihre Artikel mit aufzunehmen.

Über die Pressearbeit, das Medienecho, den Einsatz des Heißluftballons und die Resonanz auf das Euro-Kodex-Quiz sowie das Brettspiel "Bewußter leben" wird ein gesonderter Bericht erstellt.

### **3. Zum Untersuchungskonzept**

---

Die Sozialwissenschaftliche Forschungsgruppe SALSS wurde von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung beauftragt, eine Evaluation der drei Ausstellungen durchzuführen.

Aufgabe dieser Evaluation war es, die Anziehungskraft der Ausstellungen auf ihre Besucher zu ermitteln und insbesondere Daten zur Akzeptanz sowie über die unmittelbare Wirkung der dargebotenen Gesundheitsaufklärung zu gewinnen. Dabei war der jeweils spezifische örtliche Kontext der Ausstellung zu berücksichtigen. Dazu sollte u.a. auch eine Ermittlung der Resonanz der Ausstellungen in ihrem Umfeld dienen.

Generelles Ziel war es, Informationen für eine weitere Optimierung des Ausstellungskonzeptes zu gewinnen.

Bezogen auf diese Zielsetzung wurden die folgenden Erhebungen bzw. Explorationen durchgeführt - und zwar am jeweiligen Ausstellungsort zeitlich parallel:

- Gesamtzählungen der Besucher sowie deren Beobachtung an ausgewählten Stationen der Ausstellung,

- differenzierte und weitgehend standardisierte Interviews mit einer Zufallsauswahl von Besuchern sowohl beim Betreten als auch beim Verlassen der jeweiligen Ausstellung,
- telefonische Kurzinterviews mit Zufallsauswahlen aus dem jeweiligen unmittelbaren Einzugsbereich der Ausstellungen und
- offene Expertengespräche mit Mitgliedern des Betreuer-Stabes sowie Mitarbeitern der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung - um Hintergrundwissen für die Dateninterpretation zu erlangen.

Die Zählungen, Beobachtungen und Erhebungen fanden an allen drei Ausstellungsorten jeweils an drei Tagen statt - und zwar immer an einem Freitag und einem Wochenende.

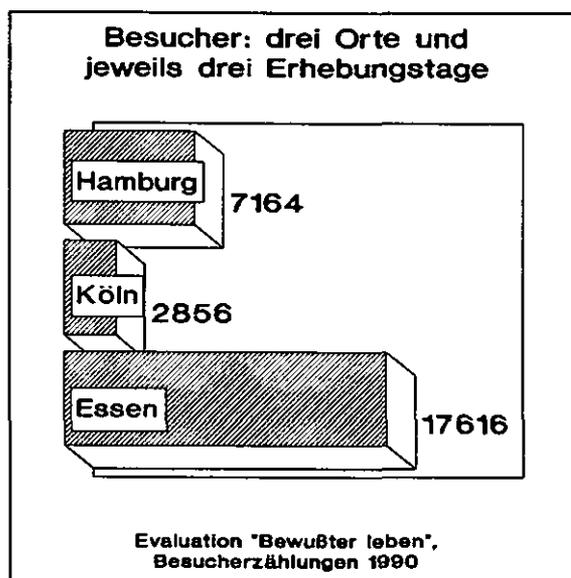
Als methodologische Besonderheit ist hier noch anzumerken, daß die Erhebungen während der Hamburger Ausstellung zugleich auch als Pretest der entsprechenden Instrumente dienten. Eine andere Möglichkeit für eine realitätsgetreue Überprüfung des für die Evaluation der Ausstellungen entwickelten Instrumentariums gab es nämlich nicht.

Es erwies sich, daß ein sehr großer Teil des Instrumentariums den Hamburger Test bestand. Die in Hamburg erhobenen Daten sind also weitgehend verwendbar, was auch bedeutet, daß sie mit den anlässlich der beiden anderen Ausstellungen gewonnenen Ergebnisse verglichen werden können. Nur in Einzelfällen besteht diese Vergleichbarkeit nicht bzw. wurden andere Erhebungsinstrumente als in Hamburg verwendet.

## A Besucherzählungen

### 1. Quantitäten und Strukturen

Die Besucher der drei Ausstellungen wurden mit einem systematischen, intervallartig einzusetzenden Raster gezählt - und zwar jeweils an drei Erhebungstagen (immer: Freitag, Samstag und Sonntag). Auf dieser Grundlage ergibt sich für die Ausstellung in Hamburg während des Beobachtungszeitraumes eine Besucherzahl von 7.164, in Köln sind es 2.856 und in Essen 17.616 (!).



Auf der Grundlage dieser Zählungen ergibt sich - bei vorsichtiger Schätzung - eine Besucherzahl von insgesamt 56.000 für alle drei Ausstellungsorte und insgesamt 19 Ausstellungstage, die sich wie folgt verteilen: Hamburg (7 Tage) 16.000, Köln (4 Tage) 4.000 und Essen (8 Tage) 36.000 Besucher.

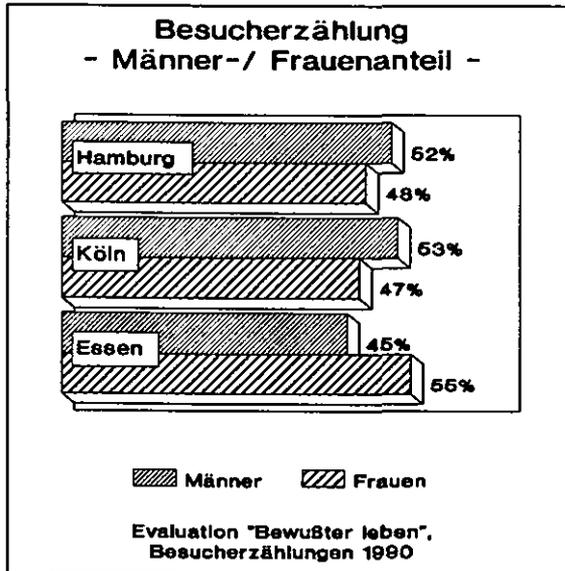
Der deutliche Abstand der Besucherzahlen zwischen der Hamburger und der Essener Ausstellung ist vor allem dadurch zu erklären,

daß die erstere Veranstaltung in ein Einkaufszentrum integriert war, dessen Läden am Sonntag selbstverständlich geschlossen waren, und im Gegensatz dazu die Essener Veranstaltung Teil einer Verbrauchermesse war, die am Sonntag noch mehr Besucher anzog als an den anderen beiden Meß-Tagen (siehe auch Kapitel A 2).

Daß für die Kölner Ausstellung eine vergleichsweise so niedrige Besucherzahl zu notieren ist, hat im wesentlichen zwei Gründe: Zum einen befand sich die Kölner Ausstellung in einem Zelt abseits eventueller Besucherströme mit eher alltäglicher Motivation (wie sie sich z.B. in einer "gewöhnlichen" Einkaufsabsicht äußert). Um das Zelt aufzusuchen, mußte man typischerweise speziell in Sachen Gesundheit motiviert sein. Zum anderen sollte hier aber auch der Faktor "Wetter" nicht unterschätzt werden. Das Wetter war während des gesamten Beobachtungszeitraumes in Köln nicht sehr stabil, und es wurde in der Tendenz schlechter. Am Beobachtungssonntag regnete es ausdauernd.

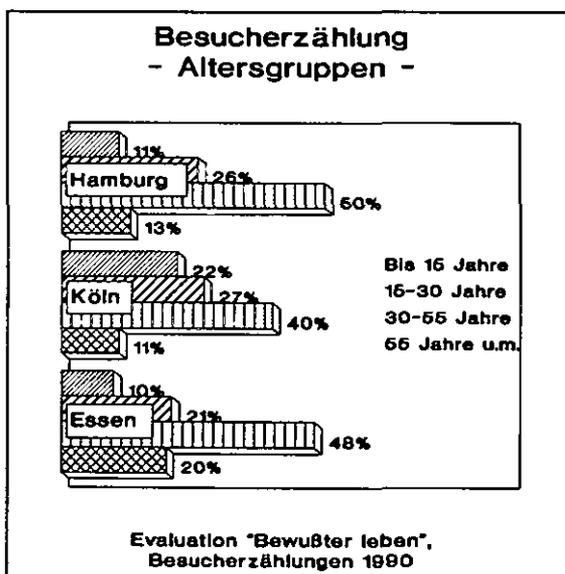
In der Hamburger und in der Kölner Ausstellung dominierte jeweils knapp das männliche Geschlecht, in nur leichter Variation der statisti-

schen Geschlechterrelation. In Essen jedoch zeigten sich unter den Besuchern der Ausstellung "Bewußter leben" deutlich mehr Frauen als Männer. Dem Augenschein nach gab es darunter vor allem ältere Frauen, die - oft in Reisegruppen organisiert - aus der weiteren Umgebung (also "vom Lande") kamen.



Wie sich im Teil B dieser Untersuchung noch zeigen wird, bildet sich diese Struktur nicht unmittelbar auch in der Stichprobe der befragten Ausstellungsbesucher ab. Es gibt eine - durchaus plausible - Diskrepanz zwischen der Zusammensetzung aller, unter denen auch viele flüchtige, gleichsam im Vorbeigehen befindliche Besucher sind, und der Struktur jener, die mehr Interesse zeigen und deswegen bereit sind, für eine Befragung zur Verfügung zu stehen.

Ein Blick auf die Altersstruktur, die sich auf der Grundlage der Besucherzählungen ergibt, erweist, daß die Besucher in Essen in der Tendenz etwas älter sind als die in Hamburg und die in Hamburg im Durchschnittsalter etwas über jenen in Köln liegen. In Köln waren deutlich mehr Kinder unter den Besuchern zu verzeichnen (22 Prozent sind unter 15 Jahre alt). Um auch den Bedürfnissen der Jüngsten gerecht zu werden, wurden zahlreiche attraktive Spiele angeboten und ein gasgefüllter Luftballon in dunklem Europa-blau versehen mit dem Motto der Ausstellung verschenkt.



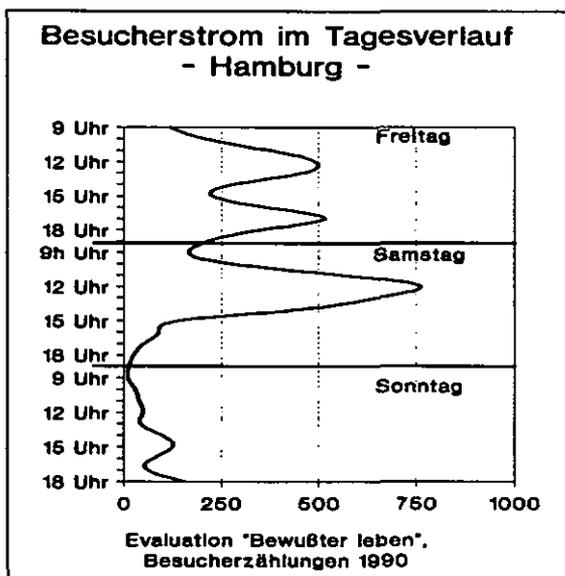
Anzumerken ist auch in diesem Kontext, daß es zwischen der Altersstruktur der Besucher insgesamt und derjenigen, die sich für eine Befragung zur Verfügung stellten, Diskrepanzen gibt. Diese sind allerdings, wie Kapitel B 1 zeigen wird, durchaus erklärbar. Wiederum ist nur zu plausibel, daß für das "Durchlaufpublikum" eine andere Zusammensetzung zu verzeichnen ist als für jene, die ein Mindestinteresse für die Ausstellung aufbringen.

Hinzuweisen ist an dieser Stelle allerdings auch darauf, daß es für die Besucherbefragungen eine **altersbezogene Zielgruppendefinition** gab (**nicht älter als 40 Jahre**), die aus Vergleichsgründen auch für die telefonische Einwohnerbefragung galt.

Zusätzlich ist hier noch eine methodologische Information erforderlich: Die Zuordnung zu Altersklassen im Rahmen der Besucherzählungen wurde nach dem Augenschein vorgenommen. Dies bringt naturgemäß zwei Probleme mit sich: Zum einen ergibt sich eine gewisse Meßungenauigkeit, und zum anderen ließ sich keine Kategorie "bis 40 Jahre" bilden, um so Deckungsgleichheit mit der Zielgruppendefinition für die Besucherbefragungen und die Telefonerhebungen zu bekommen (ob jemand knapp unter oder über 40 ist, läßt sich vom Erscheinungsbild her kaum bestimmen).

## 2. Besucherströme als Belastungsquelle

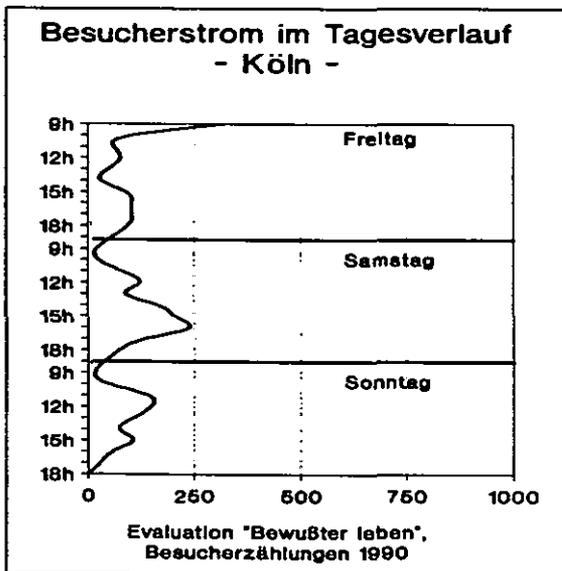
Wie bereits angedeutet, gab es erhebliche Schwankungen der Besucherströme. Dies gilt nicht nur jeweils über die drei Beobachtungstage hinweg, sondern auch für die je einzelnen Tagesverläufe.



In Hamburg z.B. sind am Samstag ähnlich viele Besucher wie am Freitag gekommen, doch der Strom verteilt sich ganz anders: Während es am Freitag zweimal einen mittleren Andrang gibt, und zwar um die Mittagszeit und vor Geschäftsschluß, konzentriert sich am Samstag alles um 12 Uhr herum, wohl in

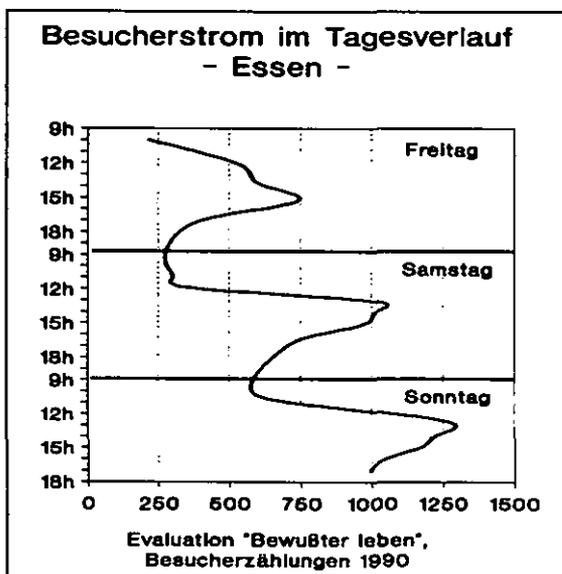
der Zeit, in der viele ihre Wochenendeinkäufe machen.

Solche Spitzenbelastungen können, wie auch die in Kapitel B 9 referierte - allerdings mäßige - Kritik zeigt, zu Staus und Problemen mit dem organisatorischen Ablauf der Ausstellung führen. Dies gilt vor allem auch dann, wenn die Zunahme des Besucherstroms nicht einfach nur mehr Durchlaufpublikum bringt, sondern auch zusätzliche Interessenten an die Meß- und Info-Stationen der Ausstellung "spült".



In der Kölner Ausstellung sieht alles anders aus. Sowohl vom Volumen der Besucherströme als auch von deren Verteilung über den Tagesverlauf her, gibt es relativ wenig Belastungen für die Organisation und die Betreuer der Ausstellung. Mag allerdings sein, daß gelegentlich - etwa am Freitagmorgen - eine zappelige Schulklasse die immer gutwilligen Berater auf der Ausstellung strapaziert.

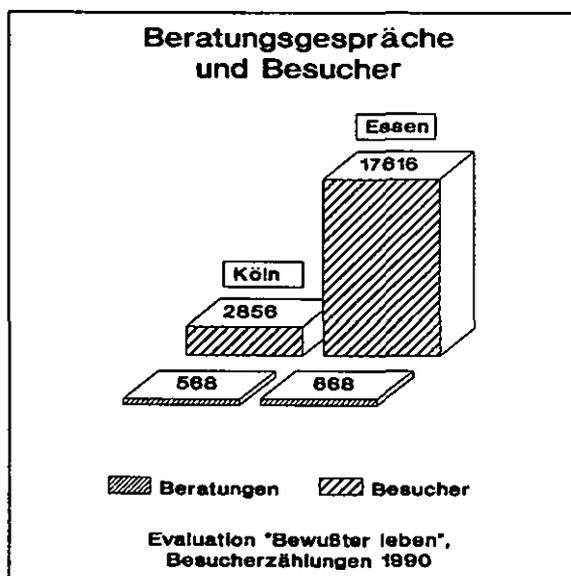
Für die Essener Ausstellung läßt sich ein von Freitag bis Sonntag stetig zunehmender Besucherstrom konstatieren. Dabei gibt es an jedem Tag Spitzenbelastungen jeweils am frühen Nachmittag. Hier kommen großes Besuchervolumen und das Anschwellen des Stromes jeweils innerhalb eines relativ kurzen Zeitraumes zusammen. So wären hier besondere Belastungen für Organisation und Betreuungspersonal zu vermuten. Diese Vermutung muß allerdings, auch vor dem Hintergrund der in Kapitel B 9 berichteten Befunde, relativiert werden: Offenbar handelt es sich in Essen zu hohem Anteil um "Durchlaufpublikum".



Gleichwohl gelingt es der Ausstellung, aus diesem Strom immer wieder wirkliche Interessenten herauszulocken. Deren Zahl und Verteilung über den jeweiligen Tagesverlauf sind dann offenbar gar nicht so problematisch - also durchaus im Rahmen der Ausstellung "zu verdauen".

Für die letztere Aussage spricht auch der erstaunliche Befund, daß bei 2.856 Besuchern der Kölner Ausstellung immerhin 568 Besucher

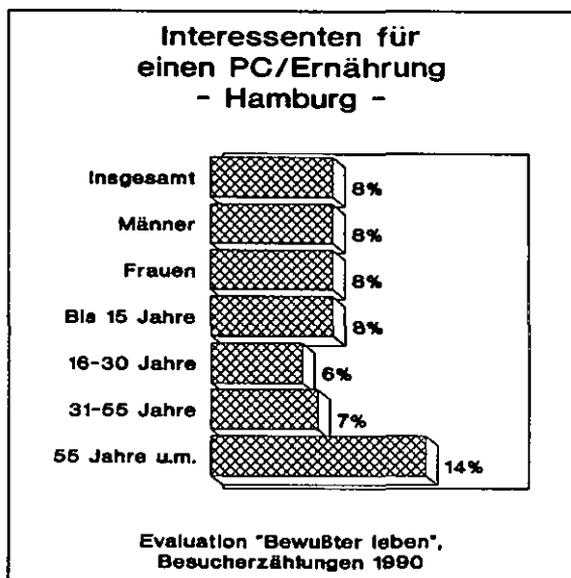
an Beratungsgesprächen teilnehmen, während es in Essen bei erheblich höherer Besucherzahl nicht allzu viel mehr sind, die sich solchermaßen intensiv auf die Veranstaltung eingelassen haben. Für Essen lauten die Zahlen: 17.616 zu 668.



Dieses Ergebnis zeigt im übrigen auch, daß - ganz gleich wie stark der Besucherstrom - die Ausstellung von ihrer Anlage her offenbar so beschaffen ist, daß sie nur eine bestimmte - auf jeden Fall nach oben begrenzte - Zahl von Interessenten intensiver betreuen kann. Diese Zahl dürfte auf drei Tage bezogen bei etwa 700 liegen.

### 3. Beobachtungen an ausgewählten Punkten

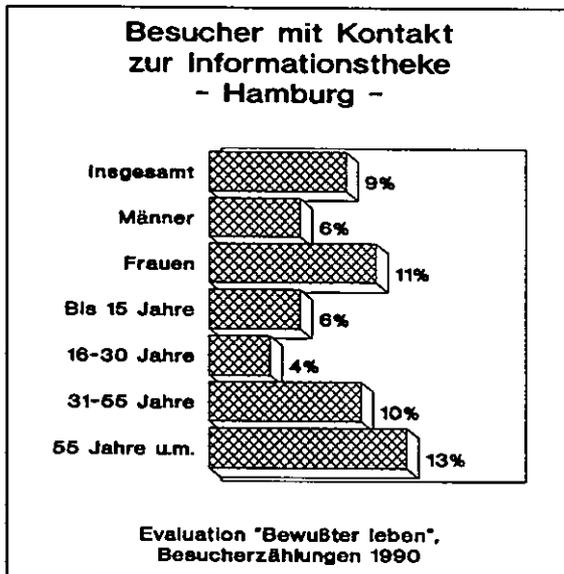
In diesem Kapitel wird über die Ergebnisse von Zählungen an bestimmten, wichtigen Stationen der Ausstellung berichtet. Aus technischen Gründen, und zum Teil auch, weil sich das Erhebungsraster nach der Hamburger Erhebung weiterentwickelt hat, wurde nicht in allen drei Veranstaltungen immer an denselben Stationen beobachtet und gezählt. Dies zur Begründung der folgenden Auswahl.



In Hamburg haben 8 Prozent aller Besucher das Angebot des Informationscomputers "Ernährung" genutzt. Dabei sind Männer und Frauen gleichermaßen aktiv. Wie sich noch in Kapitel B 6 erweisen wird, ist diese Verteilung eher untypisch. Männer zeigen, was die Nutzung von Testeinrichtungen bzw. "Informationsmaschinen" angeht, in der Regel größere Aktivität als die Frauen. Die vorliegende Ausnahme ist allerdings leicht verständlich

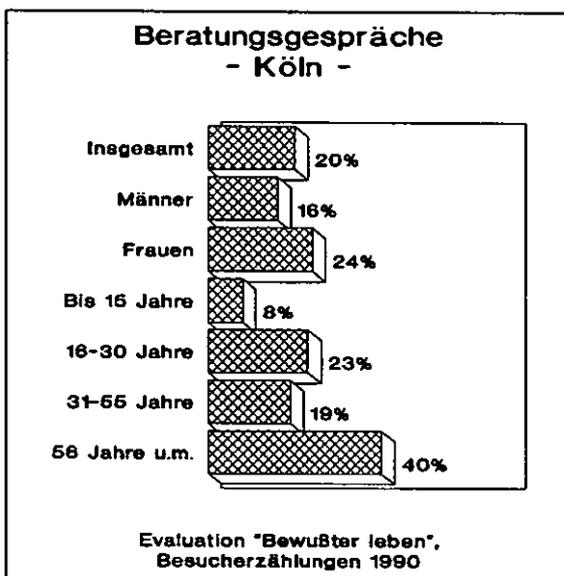
zu machen: geht es doch hier um Ernährungsfragen, ein Thema, das Frauen besonders bewegt.

Die Altersstruktur der am "Ernährungscomputer" Interessierten zeigt im übrigen ein relativ starkes Engagement älterer Mitbürger - einer Altersgruppe, die in den weiteren Analysen dieser Untersuchung ausgeblendet bleibt.



Die "Informationstheke" in der Hamburger Ausstellung wurde im Durchschnitt von 9 Prozent aller Besucher an den drei Beobachtungstagen genutzt. Dabei ist der Anteil der entsprechend Aktiven unter den Frauen größer als unter den Männern. Frauen scheinen über Gesundheitsfragen eher persönlich kommunizieren zu wollen, während die Männer - wie bereits bemerkt - eher auf ein technisch unterstütztes Informationsangebot aus sind.

Schließlich sehen wir auch hier eine relativ starke Beteiligung älterer Bürgerinnen und Bürger.

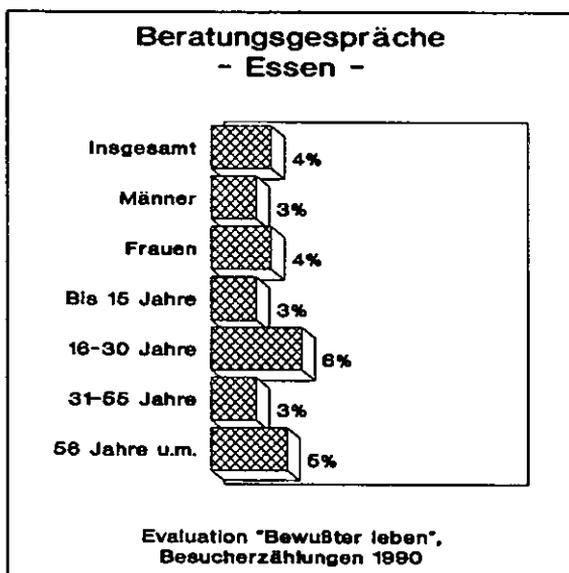


An verschiedenen Punkten der Ausstellung wurden laufend Beratungsgespräche durchgeführt. Faßt man alle Interessenten zusammen, die sich an den verschiedenen Stationen haben beraten lassen, ergibt sich für Köln ein Anteil von 20 Prozent an den Besuchern im Beobachtungszeitraum, der solchermaßen sein Interesse bekundet hat.

Auch hier ist der Anteil der an Beratungsgesprächen Interessierten unter den Frauen

größer als unter den Männern. Das verstärkt noch die gerade geäußerte Vermutung, nach der Frauen sich ihre Informationen eher kommunikativ beschaffen wollen. Außerdem ein schon vertrautes Bild: nämlich die relativ starke Gruppe der Älteren.

In Essen haben bei sehr hoher Gesamt-Besucherzahl während der drei Beobachtungstage "nur" 4 Prozent der Besucher sich an Beratungsge-



sprächen auf der Gesundheitsausstellung beteiligt. Und auch hier ist der entsprechende Anteil unter den Frauen größer als unter den Männern. Eine Abweichung gegenüber den bisher erläuterten Befunden erweist sich allerdings in puncto Altersstruktur: Die älteren Bürgerinnen und Bürger sind deutlich weniger stark vertreten als etwa in Köln. Dies bedeutet, vor dem Hintergrund des in der Tendenz relativ alten Publikums in Essen, daß hier die bejahrteren

Bürger tatsächlich zu erheblichem Anteil das Durchlaufpublikum stellen.

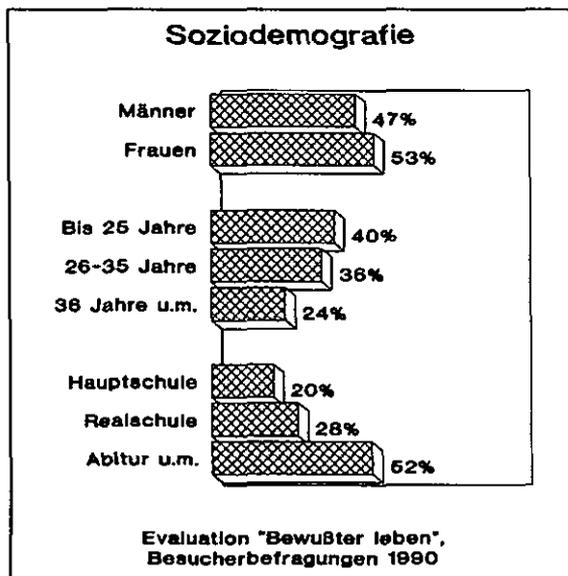
## B Besucherbefragungen

### 1. Die Stichproben: Strukturen und Kontext

Befragt werden konnten insgesamt 390 Besucher der Ausstellungen, die unter dem Motto "Bewußter leben - Europa gegen den Krebs" in Hamburg, Köln und Essen durchgeführt wurden. Auf die einzelnen Ausstellungsorte entfallen etwa gleich viele Befragungen - nämlich auf Hamburg 119, auf Köln 136 und auf Essen 135.

Unterhalb einer vorher festgelegten Altersgrenze, der Auftraggeber der Untersuchung hatte sich vor allem an der Resonanz der Ausstellungen bei der Gruppe der unter 40jährigen interessiert gezeigt, wurden die zu Befragenden von speziell geschulten Interviewern nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Jede Zielperson wurde zweimal um ein Interview gebeten - beim Betreten der Ausstellung und beim Verlassen. Durchschnittlich etwa vier Fünftel der Zielpersonen waren bereit, sich in diesem Sinne wiederholt befragen zu lassen. Damit darf der Ansatz einer **Vorher-/Nachherbefragung**, der gewählt wurde, um unmittelbare Wirkungen der Ausstellungen einzufangen, als gelungen gelten.

Ein Blick auf die soziodemografischen Merkmale aller Befragten, also aus den drei Ausstellungen zusammengefaßt, ergibt folgendes:



Die Geschlechterverteilung unter allen Befragten weist nur einen etwas geringeren Männeranteil auf als die Gruppe der bis 40-jährigen in der Gesamtbevölkerung.

Auch was die Altersstruktur aller Befragten anbelangt, zeigen sich zumindest keine dramatischen Abweichungen von der entsprechenden Verteilung in der statistischen. Die untere Alterskategorie, bis 25 Jahre, erscheint zwar - insbesondere

wenn man an die demografischen Folgen des sogenannten "Pillenknicks" denkt - als etwas zu stark besetzt. Doch ist in diesem Zusammenhang zu bedenken, daß wir es hier mit einer Altersgruppe zu tun haben, die weiter definiert ist als die nächsthöhere (26-35 Jahre). Es wurden nämlich auf den Ausstellungen durchaus auch Kinder und Jugendliche unter 15 Jahren angetroffen bzw. befragt.

Der Vollständigkeit halber bleibt zu vermerken, daß die relativ stark erscheinende Besetzung der höchsten Altersgruppe, nämlich 24 Prozent 36-40jährige, ebenfalls keine deutliche Abweichung von der Verteilung in der Gesamtbevölkerung anzeigt, sondern eher tatsächlich bestehenden demografischen Ungleichgewichten entspricht.

Haben wir es also bei den Besuchern der Ausstellungen, abgesehen von der altersmäßigen Begrenzung der Zielgruppe (bis 40 Jahre alt), mit "ganz normalen" Bundesbürgern zu tun? Nicht ganz. Es erweist sich nämlich, daß - bezogen auf die Bildungsverteilung unter den bis 40-jährigen Bundesbürgern - die Personen mit Oberschulabschlüssen deutlich zu stark und jene mit Realschul- bzw. Hauptschulabschlüssen unter den Besuchern der Ausstellungen zu schwach repräsentiert sind.

Im einzelnen: In der Gesamtheit der Befragten haben nur 20 Prozent Hauptschulabschluß, unter den Hamburgern und Nordrhein-Westfalen der entsprechenden Altersgruppendifinition sind es bei Berücksichtigung des Großstadteffektes der Ausstellungsorte aber ca. 35 Prozent. Die bei den Realschulabschlüssen zu vergleichenden Werte sind 28 und 35 Prozent, während bei den Oberschulabsolventen die entsprechenden Werte 52 und ca. 30 Prozent betragen.

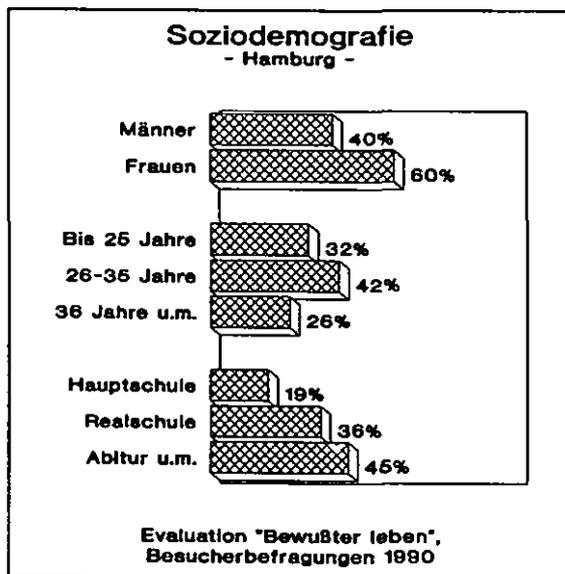
Der vergleichsweise starke Anteil von Abiturienten ist im wesentlichen auf zwei Gründe zurückzuführen:

Zum einen muß vor dem Hintergrund eines reichen sozialwissenschaftlichen Erfahrungsschatzes davon ausgegangen werden, daß Bürgerinnen und Bürger mit höheren Bildungsabschlüssen sowohl relativ gesundheitsbewußt als auch gegenüber medialer Ansprache überdurchschnittlich aufgeschlossen sind - letzteres vor allem auch dann, wenn diese mediale Ansprache unmittelbar Eigenaktivitäten erfordert.

Zum anderen kann nicht ganz ausgeschlossen werden, daß sich die im Durchschnitt entwickeltere soziale Kompetenz der Abiturienten ausgewirkt hat: Gemeint ist, daß die bei dieser Personengruppe wahrscheinlich größere Aufgeschlossenheit gegenüber einer sozialwissenschaftlichen Befragungsaktion dazu beigetragen haben mag, daß sich das vorgegebene Auswahlprinzip "reiner Zufall" nicht immer völlig durchhalten ließ.

Die Diskussion der soziodemografischen Struktur des Durchschnitts aller befragten Besucher sollte nicht zu der Annahme verleiten, daß die Zusammensetzung der interviewten Interessenten in jeder Ausstellung gleich war. So etwa zeigt sich in Hamburg gegenüber dem Durchschnitt ein sehr deutlicher Überhang der Frauen und eine relativ starke Besetzung der mittleren Altersgruppe (26-35 Jahre). Die Erklärung fällt leicht: wurde doch in dieser Stadt, wie bereits berichtet, die Ausstel-

lung in einem großen Einkaufszentrum durchgeführt. Hinter der relativen Dominanz des weiblichen Geschlechts stehen also Hausfrauen

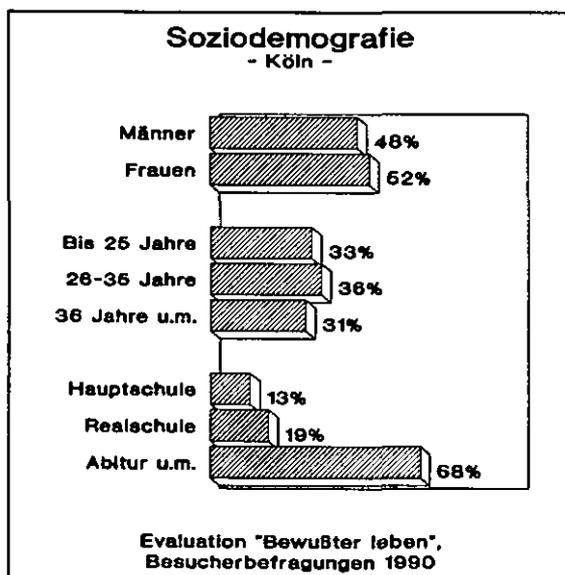


eher mittleren Alters, die einkaufen gehen, vielleicht auch ein wenig Schaufensterbummel machen und auf jeden Fall etwas Zeit für einen Ausstellungsbesuch mitbringen.

In diesem Zusammenhang scheint ein Bezug zum Teil A "Besucherzählungen" (Kapitel 1) sinnvoll: hatte sich doch dabei erwiesen, daß - wenn es um die Besucher der Ausstellung insgesamt geht - in Hamburg kein Überhang des weiblichen

Geschlechtes zu verzeichnen war. Im Gegenteil, es wurden gar etwas mehr Männer als Frauen gezählt.

Dieser Widerspruch zwischen der Besucherzählung und den Ergebnissen der Befragungsaktion erklärt sich dadurch, daß es in dem Komplex mit besagtem Einkaufszentrum auch eine ganze Reihe von kommunalen Behörden mit zu einem guten Teil männlichen Bediensteten gibt. Diese bevölkerten, so wurde es beobachtet, das Einkaufszentrum vor allem um die Mittagszeit - etwa um schnelle Besorgungen zu machen oder aber um an einem der dortigen Imbißstände etwas zu sich zu nehmen. Auch dieser Personenkreis stieß - in der Regel wohl zufällig - auf die Ausstellung "Bewußter leben", hatte aber oft keine Zeit, sich näher mit dem Aufklärungsangebot zu befassen bzw. Interviews zu geben.

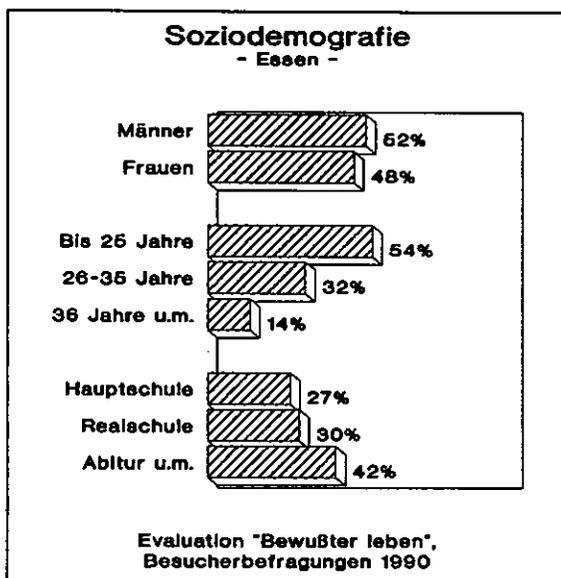


Relativ viele Männer strömten also gleichsam durch die Ausstellung hindurch, wurden dabei auch vom Zählrafter erfaßt, konnten aber nicht allzu viel vom Angebot aufnehmen.

Auch die befragte Besucherschaft der Ausstellung in Köln zeigt Besonderheiten. Vor allem fällt in Köln auf, daß der Anteil der Personen mit Oberschulabschlüssen noch größer ist als unter den Befragten aus den anderen

Orten. Auch hier bietet sich eine Erklärung an: Anders als in Hamburg und Essen war die Ausstellung in Köln in eine Veranstaltung bzw. Anlage integriert, die in erster Linie "aus Gesundheitsinteresse" besucht wird. Die Kölner Ausstellung - übrigens, wie bereits bemerkt, in einem Zelt untergebracht - lehnte sich an öffentlichkeitswirksame Gesundheitstage an, in deren Rahmen an einem zentralen Platz der Stadt (Neumarkt) zahlreiche Info-Stände errichtet worden waren.

Zu vermuten ist, daß diesen Platz mit seinem speziellen Aufklärungsangebot, in dessen unmittelbarer Nähe sich auch die Ausstellung "Bewußter leben" befand, typischerweise solche Bürgerinnen und Bürger besucht haben, die von vornherein schon Aufgeschlossenheit gegenüber dem Gegenstand mitbringen. Wie bereits angedeutet dürften unter diesem Personenkreis Menschen mit Abitur bzw. vergleichbaren Schulabschlüssen deutlich überrepräsentiert sein.



Abweichungen in die andere Richtung zeigt die soziodemografische Struktur der befragten Besucher der Ausstellung in Essen. In dieser Gruppe ist der Anteil der Abiturienten relativ kleiner als unter den Befragten aus den anderen beiden Städten. Im übrigen zeigt sich hier eine relativ starke Besetzung der untersten Altersgruppe (bis 25 Jahre). Beide Abweichungen, sowohl die in Richtung Jugend als auch jene in Richtung "einfachere" Bildungsabschlüsse, müssen im

Sinne des Aufklärungsziels der Ausstellung besonders interessant erscheinen: geht es doch vor allem auch darum, in ihren gesundheitsrelevanten Verhaltensweisen noch formbare Menschen anzusprechen, und zwar insbesondere solche, die nicht - durch ihren Bildungsabschluß - ohnehin schon überdurchschnittlich gesundheitsbewußt erscheinen.

Auch in diesem Zusammenhang sei wiederum auf einen - vermeintlichen - Widerspruch zu dem Ergebnis der Besucherzählungen (Kapitel A 1) hingewiesen. Dort hatte sich gezeigt, daß unter der Gesamtheit der Besucher der Ausstellung in Essen die älteren Bürgerinnen und Bürger eher stärker vertreten waren als bei den Ausstellungen in Hamburg und Köln. Dennoch zeigen die befragten Besucher in Essen ein in der Tendenz eher "jugendliches" Profil.

Die Erklärung dürfte darin liegen, daß in Essen viele ältere Bürgerinnen und Bürger hauptsächlich eines im Sinn hatten - nämlich die **Verbrauchermesse** voll zu erleben, zu der sie zum Teil von sehr weit her angereist waren (in diese Messe war, wie bereits vermerkt, die Ausstellung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung integriert). In diese Ausstellung gelangte man typischerweise dann wohl ohne besonderes Interesse am Gegenstand und ließ sich als Teil der Menge hindurchtreiben, kaum bereit, innezuhalten oder gar Interviews zu geben.

Ganz anders zahlreiche jüngere Menschen in der Essener Ausstellung. Sie waren wohl in vielen Fällen durch die Fitness-Propaganda eines Sportvereins und dessen jugendgemäße Veranstaltungen in die "richtige Ecke" gelenkt worden. Gleich nebenan befand sich die Ausstellung der BgZA. Möglicherweise haben beide Angebote einander verstärkt, in dem Sinne nämlich, daß relativ viele junge Leute sich bereit fanden, das Medienangebot der Ausstellung anzunehmen und auch etwas zu verweilen (z.B. zu Interviews).

An dieser Stelle sei noch auf einen **methodologischen Gesichtspunkt** hingewiesen. In dieser Berichterstattung über die Besucherbefragungen werden die Ergebnisse der drei einzelnen Erhebungen gleichgewichtig behandelt, obwohl doch die jeweiligen Ausstellungen zum Teil dramatische Unterschiede aufweisen, was die Besucherzahlen im Beobachtungszeitraum betrifft (z.B.: Essen im Verhältnis zu Köln). Es wird also auf eine Gewichtung nach den unterschiedlichen Besucherzahlen verzichtet, wenn über die Gesamtstichprobe, bestehend aus den drei Einzelerhebungen, referiert wird.

Die drei Erhebungen bilden jeweils typische Ausstellungssituationen ab, die prinzipiell als gleichwertig betrachtet werden müssen. Eine Gewichtung nach den Besucherzahlen würde die Ergebnisse aus Essen alle anderen überlagern lassen. Dies erscheint auch insbesondere deswegen unzulässig, weil z.B. im Falle der Kölner Ausstellung die dort verzeichneten niedrigen Besucherzahlen wohl nicht nur mit der besonderen örtlichen Konstellation, sondern auch mit einem Zufall, nämlich schlechtem Wetter, erklärt werden müssen.

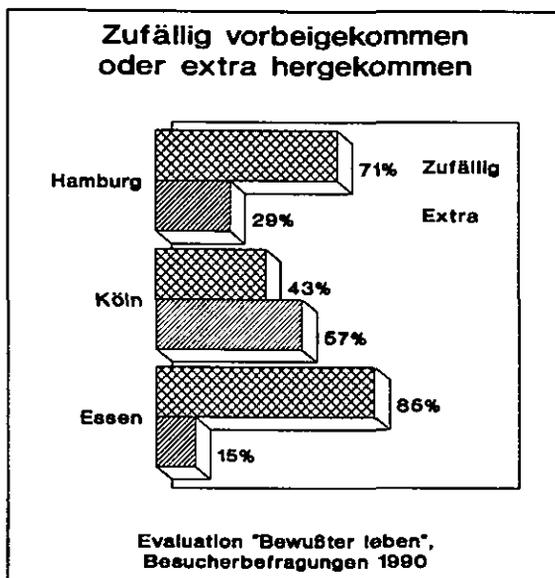
Abgesehen davon stellt sich unter zahlreichen Aspekten die Frage der Gewichtung gar nicht: immer dann, wenn in den drei Einzelerhebungen sich nahezu identische Verteilungen zeigen. Offenbar gibt es Wirkungen der Ausstellung, die überall in etwa gleich ankommen. Wo immer dies der Fall ist, ergeben sich Argumente für eine **generelle** Verwendungsfähigkeit des entwickelten Ausstellungskonzepts.

Wo sich aber von Ausstellung zu Ausstellung deutliche Unterschiede zeigen, sind diese in aller Regel Gegenstand besonderer Diskussion und Darstellung. Wenn in diesem Zusammenhang gelegentlich dennoch die Durchschnittswerte aus der Gesamtstichprobe herangezogen

werden, obwohl doch die Einzelerhebungen Differenzierungen zeigen, geschieht dies einzig zu heuristischen Zwecken. So lassen sich die jeweiligen Abweichungen besser verdeutlichen.

## 2. Zufälliger oder geplanter Besuch

Die weitaus meisten der befragten Besucher in Essen, nämlich 85 Prozent, sind zufällig auf die Ausstellung "Bewußter leben" gestoßen. Typischerweise kommt man als Besucher in erster Linie zur Verbrauchermesse und stößt dort - eben zufällig - auf die Ausstellung "Bewußter leben".

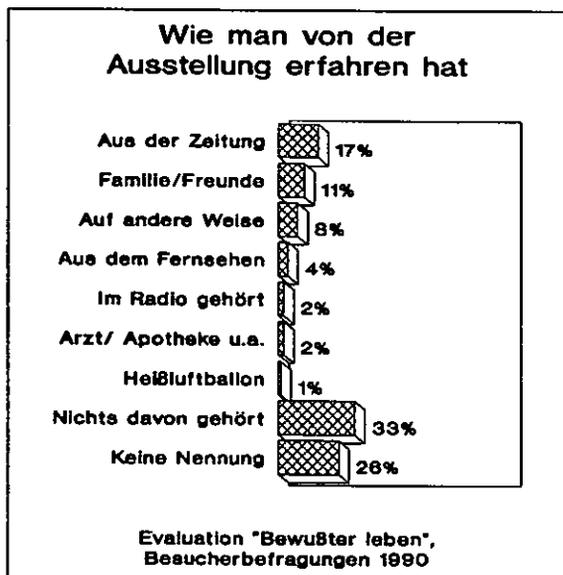


Auch in Hamburg ist eine deutliche Mehrheit, sie umfaßt 71 Prozent, derjenigen zu verzeichnen, die davon sprechen, mit der Ausstellung eher zufällig in Berührung gekommen zu sein. In Hamburg wurden vorab 180.000 Faltblätter über Ärzte und Apotheken verteilt. Und während der Zeit ihrer Durchführung fand in der Hansestadt eine bedeutende internationale Fachkonferenz mit einschlägiger Thematik ("Weltkrebskongreß")

statt. Warum also dann doch das deutliche Überwiegen derjenigen, die angeben, zufällig gekommen zu sein?

Dafür mag es im wesentlichen zwei Gründe geben: Zum einen muß – wiederum – darauf hingewiesen werden, daß die Hamburger Ausstellung in ein großes Einkaufszentrum gelegt worden war. Dies mag zu einem guten Teil erklären, warum relativ viel "Zufallspublikum" zu verzeichnen ist. Zum anderen dürfte in Köln, dem einzigen Ort, wo eine Mehrheit der befragten Besucher angibt, "extra" zu der Ausstellung gekommen zu sein, die ausführliche Berichterstattung im Kölner Stadtanzeiger den Ausschlag gegeben haben. Und dort gab es auch, wie bereits erwähnt, die "Kölner Gesundheitstage", die mit ihren Info-Ständen auf dem zentralen Neumarkt zahlreichen Bürgerinnen und Bürgern für einen längeren Zeitraum auch optisch präsent waren.

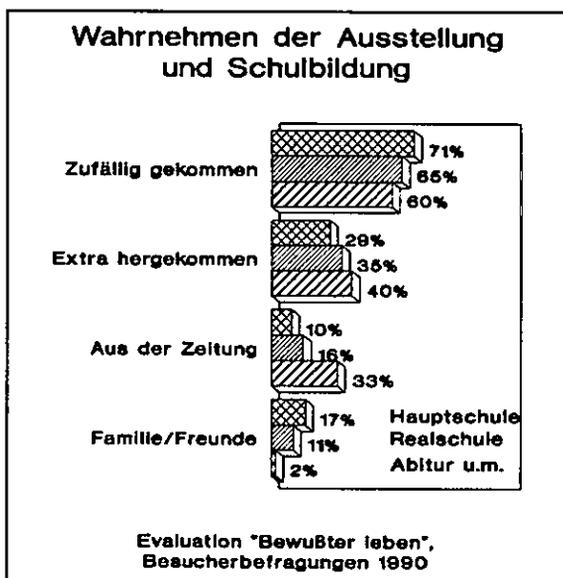
Aus dem Durchschnitt aller drei Erhebungen ergibt sich, daß man am ehesten etwas aus der Zeitung, 17 Prozent geben dies an, über die Ausstellung erfahren hat. An zweiter Stelle rangieren als Quelle die Familie und/oder die Freunde (11 Prozent). Andere mögliche Quellen werden entweder nicht genau spezifiziert oder erscheinen erheblich weniger relevant.



Aus dem Gesamtmeinungsbild ergibt sich ferner, daß starke Gruppen entweder gar nichts von der Ausstellung gehört hatten (33 Prozent) bzw. keine Hinweise auf irgendwelche Informationsquellen geben können (26 Prozent). Hierin spiegelt sich vor allem auch die Tatsache, daß es in Essen wenig Werbung für die Ausstellung gab.

Angemerkt werden sollte in diesem Zusammenhang, daß jemand, der über die Medien oder sonstige Hinweise auf die Ausstellung bekommen hat, diese - wenn er sie besucht - nicht unbedingt geplant ansteuert. Auch unter jenen, die zufällig vorbeikommen, gibt es Vorinformierte - allerdings relativ wenige.

Ob man die Ausstellung zufällig besucht oder absichtlich ansteuert, hängt auch vom Bildungsgrad der Befragten ab: So geben nur 29 Prozent der befragten Besucher mit Hauptschulabschluß an, sie seien "extra" zur Ausstellung gekommen, während sich 40 Prozent derjenigen mit Oberschulabschluß entsprechend äußern.



Ein ähnlicher Zusammenhang ergibt sich, wenn es um die Nutzung der Zeitungen als Hinweisquelle für die Veranstaltung handelt. Die Bürgerinnen und Bürger mit höherem formalem Bildungsabschluß nutzen diese Quelle in deutlich überdurchschnittlichem Maße. Umgekehrt ist für die Bürgerinnen und Bürger mit Hauptschulabschluß der Fa-

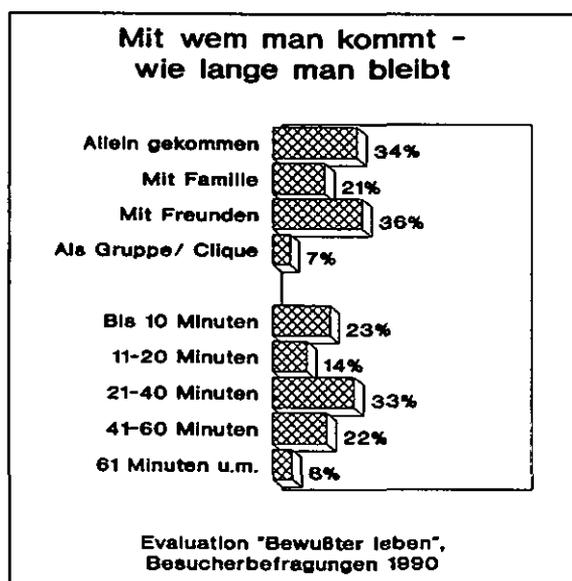
milien- und Freundeskreis als Informationsquelle in Sachen Gesundheitsausstellung wichtiger.

Dies bedeutet, daß ein zu starker Akzent auf medialer Werbung dazu beitragen kann, eine "bildungsschiefe" Auswahl von Bürgerinnen und Bürgern an die Veranstaltung heranzuführen. Will man in der Tendenz auch Menschen ansprechen, die einfache Bildungsabschlüsse haben, muß man ihre Chancen erhöhen, "zufällig" auf die Ausstellung zu stoßen: etwa so, wie dies in Essen geschehen ist.

Im übrigen erscheint es auf jeden Fall sinnvoll, mit der Veranstaltung ein Ereignis zu schaffen, das einen Erlebniswert signalisiert, der sich im Familien- und Freundeskreis auch ohne besondere mediale Einwirkung herumspricht.

### 3. Der Besuch: Mit wem und wie lange?

Über alle drei Erhebungen hinweg zeigt sich eine relative Mehrheit von befragten Besuchern, die angibt, mit Freunden zur Ausstellung gekommen zu sein (36 Prozent). Allein gekommen sind aber immerhin

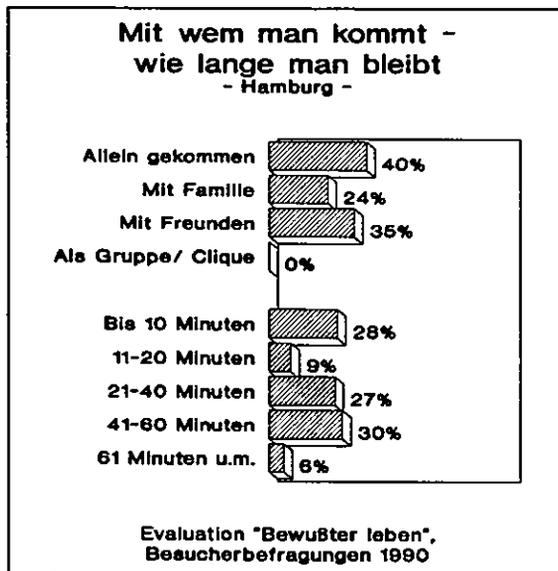


34 Prozent, also fast genauso viele. "Mit Familie" geben 21 Prozent an, und nur 7 Prozent sagen, in einer Clique bzw. Gruppe gekommen zu sein (zu dieser Kategorie wurden auch Befragte gezählt, die mit ihrer Schulklasse die Ausstellung besuchten).

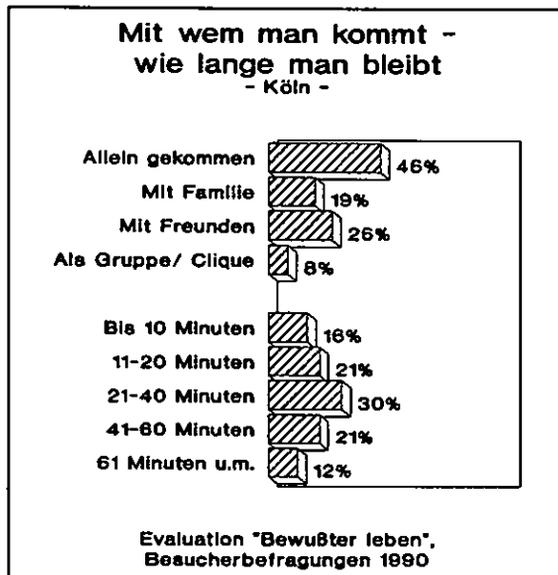
Offenbar finden die meisten der befragten Besucher, daß es sich in der Ausstellung einige Zeit aushalten läßt. Jedenfalls haben sich mehr als drei Fünftel dort länger als 20 Minuten aufgehalten. Für

30 Prozent, eine Teilgruppe des letzteren Personenkreises, ist gar eine Verweildauer von mehr als 40 Minuten zu melden.

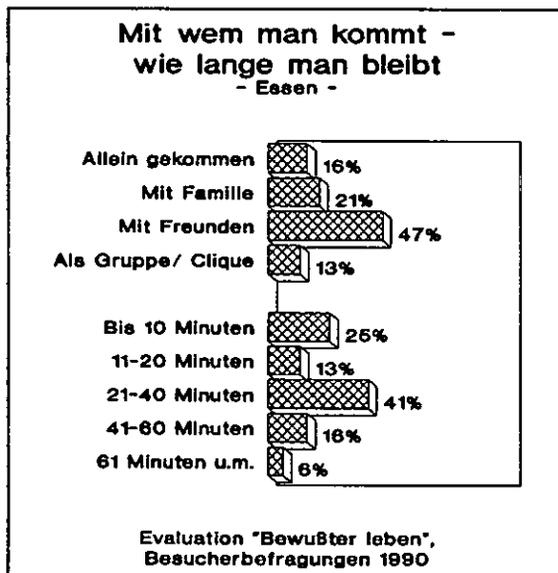
Eine Differenzierung des Gesamtergebnisses zeigt, daß man in Hamburg zu etwas höherem Anteil allein in die Ausstellung gekommen ist



(wiederum ein Hinweis auf Hausfrauen, die ja normalerweise ihre Einkaufsgänge ohne Begleitung machen?) sowie daß unter den befragten Besuchern keine Mitglieder von Gruppen, Cliques bzw. Schulklassen zu verzeichnen sind. Da zur Zeit der Ausstellung in Hamburg noch Schulferien waren, konnten Klassen die Ausstellung nicht besuchen.



Was die Verweildauer in der Ausstellung anbelangt, gibt es in Hamburg relativ geringe Abweichungen vom Mittelwert für alle Ausstellungen. Hervorhebenswert ist allenfalls, daß die Gruppe derjenigen, die 40 Minuten und länger verweilen, überdurchschnittlich stark ist: abermals ein Hinweis auf die einkaufenden Hausfrauen mit ihrer Möglichkeit, sich den Tag - zumindest begrenzt - einteilen zu können? Negativer, aber den Beobachtungen nach ebenso zutreffend, klingt die Erklärung, daß es in Hamburg vor allem bei den Info-Computern bei Spitzenbelastungen zu Staus kam, die zu unfreiwilligem Verweilen führten.



In Köln fällt auf, daß man weniger als im Durchschnitt mit Freunden gekommen ist, dafür aber eher allein. Dies mag ein Hinweis darauf sein, daß wir es hier oft mit besonders gesundheitsbewußten Interessenten zu tun haben, die sich die Ausstellung

gezielt und vor allem zu persönlichem Nutzen erschließen wollen.

Die Verweildauer ist aber eher durchschnittlich. Vielleicht weiß man schon alles oder man findet - über Gesundheitsfragen besonders gut informiert - nicht das, was man zusätzlich noch wissen will. Zu berücksichtigen ist im Falle Kölns aber auch, daß es hier wegen des nicht sehr starken Besucherstroms, was zum Teil wetterbedingt war, für den einzelnen Besucher eine eher optimale "Zeitausbeute" gab. In der Regel traten keine Staus im Ablauf der Informationsvermittlung und bei den Beratungsangeboten auf.

Bei der Essener Ausstellung war manches anders. Typischerweise kam man im Rudel: 47 Prozent geben an, die Ausstellung in Begleitung von Freunden betreten zu haben, und immerhin 13 Prozent bezeichnen sich als Teil einer Gruppe bzw. einer Clique.

In dieser Verteilung spiegelt sich wieder, daß es sich bei den interessierten Besuchern um ein tendenziell junges Publikum handelt, wie dies bereits in Kapitel B 1. herausgearbeitet wurde. Man will gemeinschaftlich seinen Jux haben, was aber nicht ausschließt, daß man - vielleicht mitausgelöst durch die bereits erwähnte Fitness-Werbung eines in derselben Halle operierenden Sportvereins - ein gewisses Interesse für gesundheitsrelevante Informationen entwickelt.

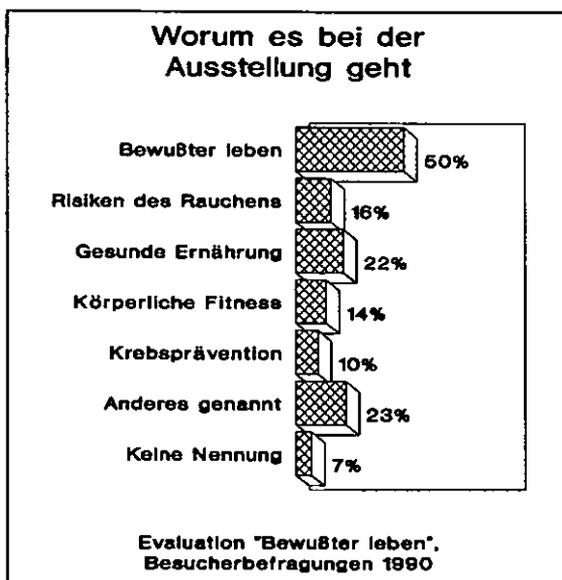
Auffällig ist im übrigen, daß 41 Prozent der befragten Besucher in Essen, also eine deutliche relative Mehrheit, sich 21-40 Minuten auf der Ausstellung aufgehalten haben. Besucher, die länger verweilen, gibt es in Essen deutlich weniger als in den anderen Ausstellungen. Die Erklärung: 21-40 Minuten, das ist - kleine Staus mit eingerechnet - in etwa der Zeitaufwand, den man benötigt, um das Testangebot der Ausstellung zu bewältigen. Hat man dies absolviert, so mag sich mancher Jugendlicher sagen, kann die Ausstellung "abgehakt" werden. Man darf sich dann ruhig anderen Messe-Attraktionen zuwenden.

#### 4. Erwartungen

Welche Erwartungen haben die Besucher, wenn sie den Bereich der Ausstellung betreten? Wie wir wissen, haben im Durchschnitt etwa zwei Fünftel der befragten Besucher (in Hamburg und Köln ist diese Gruppe erheblich größer als in Essen) Vorinformationen über die Ausstellung aus Medien und anderen Quellen. Doch davon mag nicht allzu viel hängengeblieben und das Wissen über die Veranstaltung demzufolge vage sein.

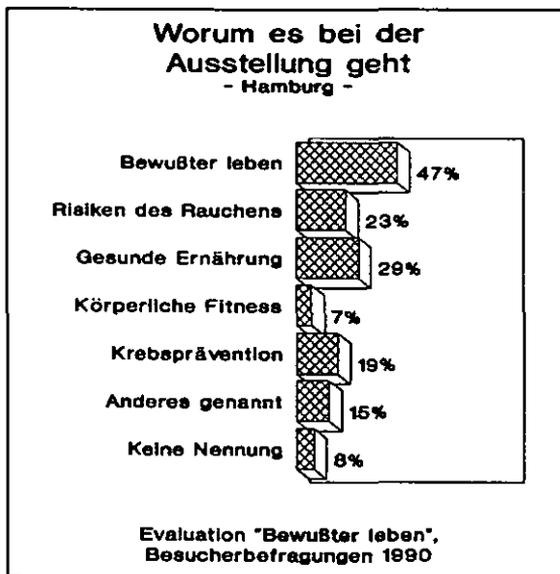
Zudem hat der Besucher einen ersten Eindruck von der Ausstellung, wenn er sie betritt. Er sieht, jedenfalls wenn er aus der richtigen Richtung kommt, das Motto "Bewußter leben" prangen, und sein Blick mag schon allerlei Gerätschaften, z.B. zu Testzwecken, sowie freundliches, ins Beratungsgespräch vertieftes Personal erfassen.

Allerdings dürften diese Eindrücke nicht überall gleich sein. Sie variieren mit der unterschiedlichen räumlichen Anlage der Ausstellung: geschlossenes Zelt mit zwei Ein- bzw. Ausgängen in Köln, weitgehend freier Zugang von mehreren Seiten in Hamburg und vor allem in Essen.



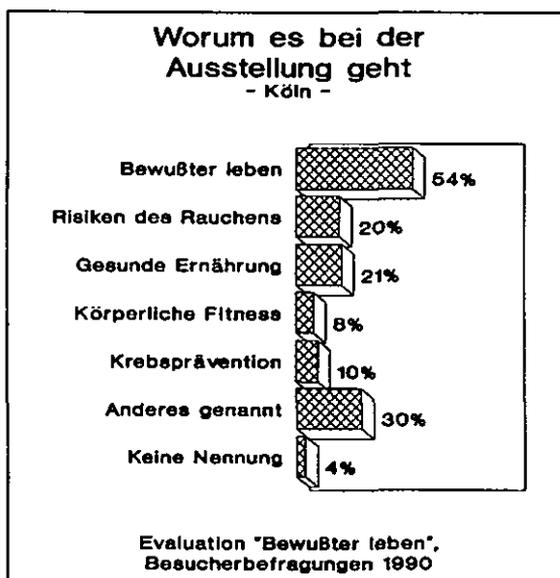
All diese unterschiedlichen Wahrnehmungen führen zu Erwartungen darüber, was die Ausstellung dem Besucher zu bieten verspricht. Die befragten Besucher äußern sich dazu naturgemäß eher allgemein als detailliert. 50 Prozent von ihnen wiederholen einfach das möglicherweise gerade erst gelesene Motto der Ausstellung - nämlich "Bewußter leben". 22 Prozent assoziieren offenbar "gesunde Ernährung", 16 Prozent versprechen sich

weitere Aufklärung über die "Risiken des Rauchens", und 14 Prozent schließlich erwarten, etwas über "körperliche Fitness" zu lernen. Immerhin 10 Prozent übrigens denken im Zusammenhang mit der Ausstellung an das Thema "Krebsprävention". Dies dürfte vor allem die indirekte Wirkung von Vor-Informationen in den Medien und etwa durch die Faltblätter und Plakate sein, denn die Ausstellung selbst fällt ja mit guten Gründen nicht gleich "mit der Tür ins Haus": d.h. das Thema Krebsprävention erschließt sich erst sukzessive im Zusammenhang mit anderen Themen der Gesundheitsvorsorge.



In Hamburg fällt auf, daß relativ mehr Befragte als im Durchschnitt, nämlich 19 Prozent (Köln: 10 Prozent, Essen: 1 Prozent) in der Ausstellung etwas über Krebsprävention erwarten. Dies mag zweierlei reflektieren: Zum einen die Tatsache, daß zur Zeit der Ausstellung in Hamburg der Internationale Krebskongreß durchgeführt wurde, und zum anderen die bereits hervorgehobene deutliche Dominanz von nicht ganz jungen Frauen in der Stichprobe der befragten Besucher: von Frauen, die zu einem nicht geringen Teil von ganz spezifischen Krebsängsten geplagt sein dürften.

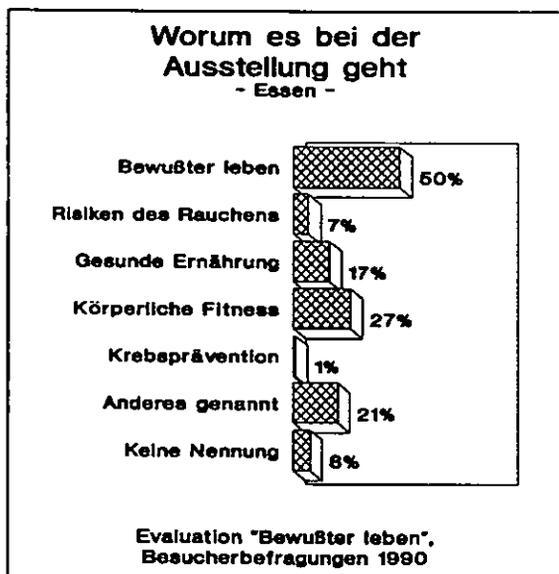
Außerdem ist in der Hamburger Befragung noch eine andere Abweichung vom Durchschnitt bemerkenswert: Man erwartet zu relativ hohem Anteil von der Ausstellung Informationen über "gesunde Ernährung". Dies mag unmittelbar kontextabhängig sein, war doch die Hamburger Ausstellung in ein Einkaufszentrum mit einem reichhaltigen Lebensmittelangebot integriert.



Die befragten Besucher der Ausstellung in Köln lassen in ihrem Erwartungsbild wenig Abweichungen vom Durchschnitt der Gesamtstichprobe erkennen.

Allerdings sei darauf hingewiesen, daß nicht nur die befragten Besucher der Kölner Ausstellung, sondern auch schon jene in Hamburg, erkennen lassen, daß sie kaum etwas zum Thema "körperliche Fitness" in der Aufklärungsveranstaltung erwarten.

Ein von den Befragungen in den beiden anderen Ausstellungen deutlich abweichendes Erwartungsbild ergibt sich aus den "Eingangs"-Interviews unter den Essener Besuchern. Es erwartet ein deutlich geringerer Anteil Informationen über die "Risiken des Rauchens", und fast nie-



mand nimmt an, die Ausstellung "Bewußter leben" habe etwas mit Krebsprävention zu tun.

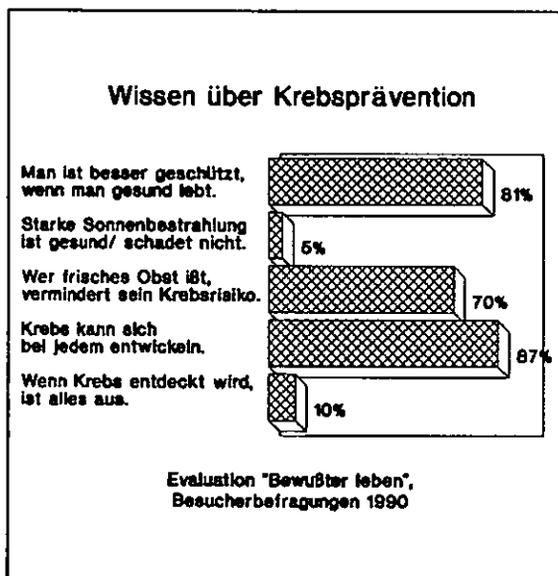
Beides reflektiert das noch wenig entwickelte Gesundheitsbewußtsein jüngerer Menschen mit nicht allzu großer Dominanz höherer Bildungsabschlüsse.

Die herausragende Erwartung der befragten Essener Besucher bezieht sich übrigens auf "körperliche Fitness".

Dies paßt sowohl zum Merkmal der relativen Jugendlichkeit dieser Stichprobe als auch zum besonderen räumlichen Kontext der Ausstellung, die ja einen Sportverein mit seinen spezifischen Aktivitäten zum Nachbarn hatte.

## 5. Die eigene Gesundheit: Wissen und Verhalten

Beim Betreten der Ausstellungen wurden die für ein Interview ausgewählten Besucher u.a. auch mit einer Reihe von Statements konfrontiert, die sich auf die Krebsprävention beziehen.



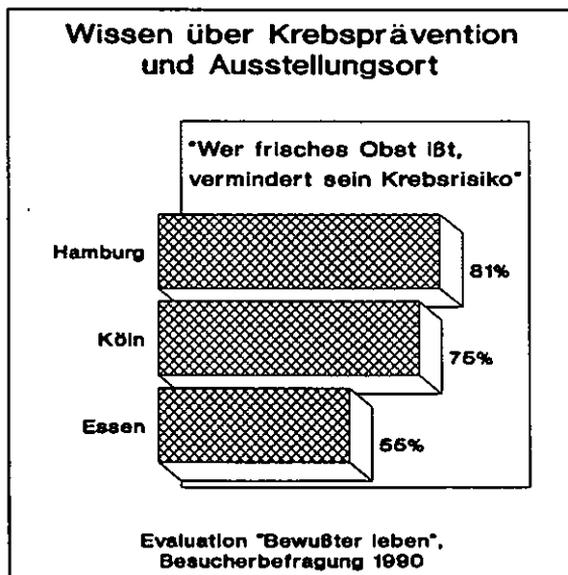
Über alle Ausstellungen hinweg gesehen, ergibt sich dabei ein relativ hoher Kenntnissstand der befragten Besucher. Dabei sollte allerdings in Rechnung gestellt werden, daß die im Interview präsentierten Statements keinen allzu hohen Wissensstand über die Zusammenhänge der Krebsprävention erfordern. Hier die Ergebnisse:

Vier Fünftel der Befragten sind richtigerweise der An-

sicht, daß ganz allgemein eine gesunde Lebensweise die Menschen auch vor Krebs schützen kann. Dazu paßt, daß eine etwas schwächere, aber immer noch überzeugende Mehrheit meint, daß insbesondere der Verzehr frischen Obstes zur Minderung des Krebsrisikos beitragen kann. Und herumgesprochen scheint es sich mittlerweile zu haben, daß starke Sonnenbestrahlung durchaus nicht gesund und unschädlich ist. Jedenfalls geben nur 5 Prozent der befragten Besucher an, sie sähen im Zusammenhang mit intensivem Sonnenbaden keine besonderen Probleme.

Die durchaus positive Einstellung zu einem Lebensstil, der dem Krebs vorbeugen kann, steht bei den befragten Besuchern im Kontext der Einsicht, daß sich eine solche Erkrankung prinzipiell bei jedem entwickeln kann. 87 Prozent sind - wiederum richtigerweise - dieser Ansicht. Daraus läßt sich ableiten, daß die interessierten Besucher der Ansicht sind, daß Maßnahmen zur Krebsprävention grundsätzlich jeden Menschen etwas angehen.

Schließlich ist hier noch zu verzeichnen, daß der Anteil derjenigen unter den Besuchern, die der Möglichkeit einer Krebserkrankung fatalistisch gegenüberstehen, erfreulicherweise gering ist. Nur 10 Prozent geben an, daß "alles aus" sei, wenn einmal bei einem Menschen Krebs diagnostiziert wird.

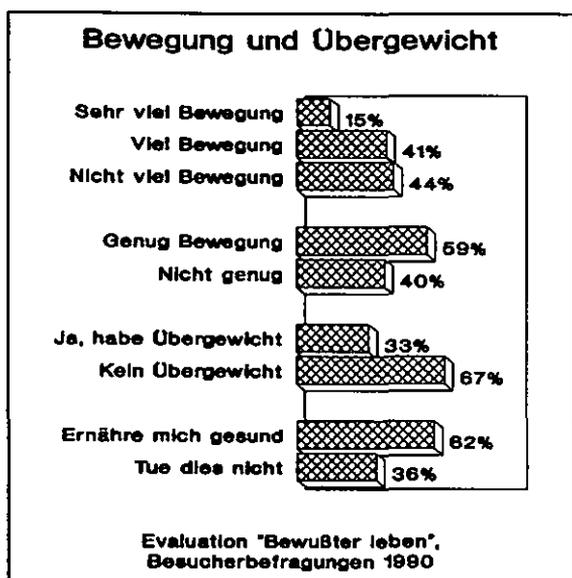


Zu den meisten der gerade diskutierten Statements gibt es von Ausstellung zu Ausstellung nur eine relativ geringe Variation in der Antwortverteilung. Doch zeigt sich eine Ausnahme von der Regel: Während unter den befragten Besuchern der Ausstellungen in Hamburg und Köln 81 bzw. 75 Prozent angeben, daß man durch den Verzehr frischen Obstes zur Verminderung seines Krebsrisikos beitragen kann, sind dies in Essen nur 55 Prozent.

Zur Erklärung dieses Unterschiedes bietet sich wiederum ein Rekurs auf die bereits in Kapitel B 1 diskutierte soziodemografische Struktur der befragten Ausstellungsbesucher an. In Essen sind die Befragten in der Tendenz deutlich jünger und haben einen im Durchschnitt niedrigeren formalen Bildungsabschluß als die interviewten Besucher in Hamburg und Köln. Zudem ergibt sich in Essen ein leichtes Überwiegen des männlichen Geschlechts unter den befragten Besuchern. Diese

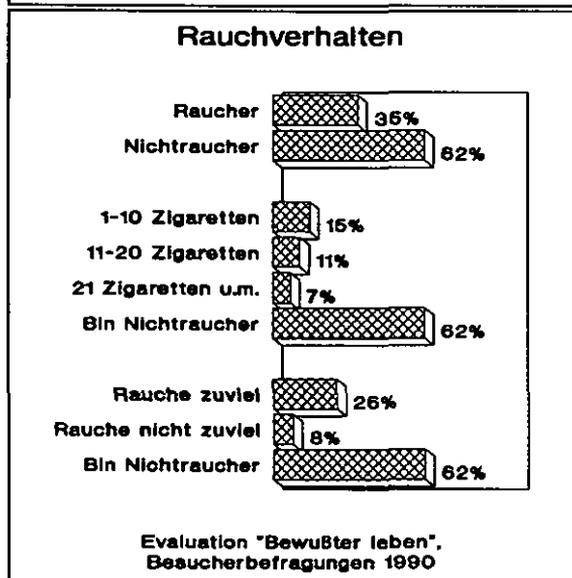
Merkmalskombination mag eine gewisse Unbekümmertheit und wohl auch Wissenslücken in Gesundheitsfragen indizieren.

In Abwandlung eines bekannten Ausspruches ließe sich sagen: "Wissen ist gut, aber Verhalten ist besser". Mit anderen Worten, in den Besucherbefragungen wurde nicht nur der Kenntnisstand sondiert, sondern es ging auch um das persönliche Gesundheitsverhalten der Interviewten. Dabei wurden nicht speziell Zusammenhänge mit der Krebsprävention thematisiert, sondern es ging um die Erhebung eher allgemeiner Verhaltensorientierungen, die faktisch aber auch in Bezug auf das Krebsrisiko relevant sind.



Zu den Ergebnissen über alle Ausstellungen hinweg:

Immerhin 44 Prozent der befragten Besucher geben an, daß sie sich nicht "viel bewegen". Und 40 Prozent, die Einsicht ist offenbar groß, sagen konsequenterweise, daß sie "nicht genug" Bewegung bekämen.



Diese Ergebnisse sind zu ergänzen um den Befund, daß ein Drittel angibt, "Übergewicht" zu haben, und eine entsprechend große Minderheit (36 Prozent) eingesteht, sich nach eigener Einschätzung, "nicht gesund" zu ernähren.

Einen besonderen Stellenwert im alltäglichen gesundheitsrelevanten Verhalten nimmt das Rauchen ein. Zwischen Rauchen und dem Risiko einer Krebserkrankung sowie einer langen Reihe anderer Beeinträchtigungen des persönlichen Wohlbefindens gibt es ebenso enge

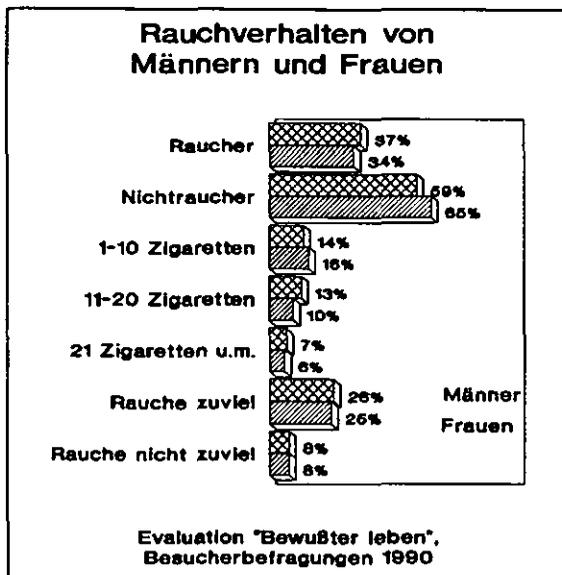
wie eindeutige Beziehungen. Vertiefte Aufklärung über die Risiken des Rauchens und das Aufzeigen konkreter Pfade des Ausstiegs waren deswegen auch wichtiger Schwerpunkt der untersuchten Ausstellung. Entsprechend gehören die Sondierung des Rauchverhaltens und der

Ansprechbarkeit von Rauchern für ein Angebot von Ausstiegshilfen zu den besonderen Zielen der Begleituntersuchung. An dieser Stelle soll nur über das Rauchverhalten der befragten Besucher berichtet werden:

Gut ein Drittel (35 Prozent) der Gesamtstichprobe gibt an, Raucher zu sein. Mehr als die Hälfte der Raucher frönt nach eigenem Eingeständnis starkem Tabakkonsum: über 10 Zigaretten, teilweise gar erheblich mehr, pro Tag.

Ein Vergleich mit dem Rauchverhalten der entsprechenden Altersgruppe in der Gesamtbevölkerung bzw. in der Umgebung der Ausstellungen (Vgl. Kapitel C 3) zeigt, daß der Raucheranteil von 35 Prozent etwas unter dem Durchschnitt liegt. Dies dürfte damit zusammenhängen, daß die Ausstellungen in ihrer Anziehungskraft auf die Bürgerinnen und Bürger leicht selektiv wirken.

Und auch hier zeigt sich Einsicht: Etwa drei Viertel derjenigen, die sich als Raucher bekennen, geben zu, daß sie zuviel rauchen.



Eine Aufschlüsselung der Raucher nach dem Geschlecht ergibt, daß die Frauen unter den befragten Besuchern nicht zu wesentlich geringerem Anteil rauchen als die Männer. Dies widerspricht auf den ersten Blick statistischen Durchschnittswerten, nach denen erheblich mehr Männer als Frauen dem regelmäßigen Nikotinkonsum anhängen. Die Erklärung für diese Diskrepanz muß wohl darin gesucht werden, daß wir es

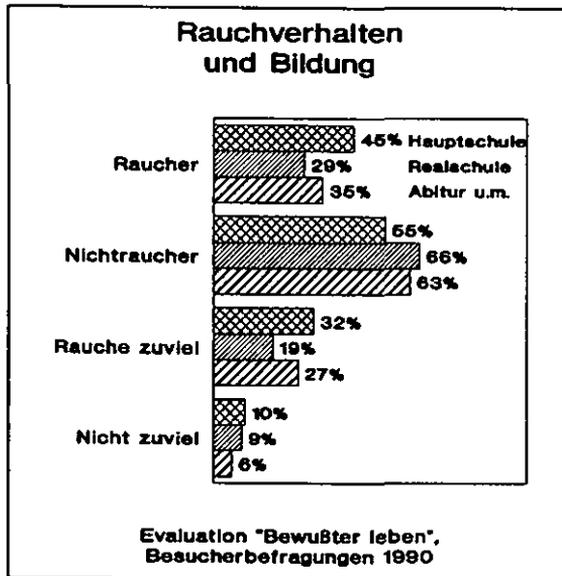
in der Stichprobe mit jüngeren Frauen zu tun haben, von denen bekannt ist, daß sie im Begriff sind, was das Rauchverhalten betrifft, gegenüber den Männern aufzuholen. (Eine aktuelle Studie der BZgA belegt dies für die Gruppe der 14-25-jährigen.)

Hinzu kommt, daß alle drei Befragungen in Großstädten durchgeführt worden sind. Angenommen werden muß, daß die großstädtische Kultur in besonderem Maße dazu beiträgt, das Rollenverhalten von Frauen und Männern in wesentlichen Punkten anzugleichen.

Eine relative Angleichung ist auch zu verzeichnen, wenn es um das Ausmaß des Tabakverbrauchs der Rauchenden beiderlei Geschlechts geht. Der Anteil der mit Nikotinverbrauch stark Belasteten ist unter

den Frauen zwar nicht ganz so groß wie unter den Männern, aber doch auch nicht erheblich kleiner.

Ebenfalls ähnlich groß sind die Mehrheiten unter rauchenden Frauen und Männern, die zu der Erkenntnis gelangt sind, "zuviel" zu rauchen.



Weitere bemerkenswerte Zusammenhänge zeigen sich zwischen Rauchverhalten und Bildung der befragten Besucher der Ausstellungen in Hamburg, Köln und Essen: Dabei erweist sich, daß der Anteil der Raucher unter den Interviewten mit Hauptschulabschluß deutlich größer ist als in den Gruppen derjenigen mit Abitur und vor allem Realschulabschluß. Grundsätzlich entspricht der Befund, daß unter Personen mit höheren

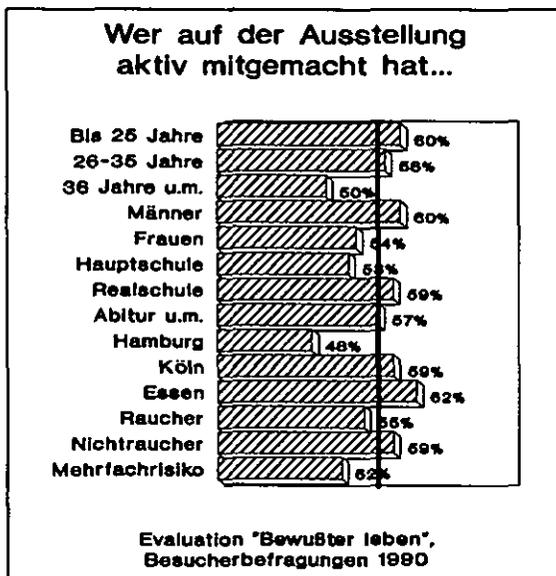
Bildungsabschlüssen der Anteil der Raucherinnen und Raucher unterdurchschnittlich ist, den Ergebnissen von bundesweiten Repräsentativbefragungen.

Bei den rauchenden Befragten mit Abitur ist auf jeden Fall die Einsicht, daß man "zuviel" Tabak konsumiere relativ stärker verbreitet als in den anderen Bildungsgruppen. Drei Viertel der in dieser Studie befragten Raucher aus der höchsten Bildungsschicht geben sich solchermaßen selbstkritisch, während es unter den Rauchern der anderen Bildungskategorien jeweils nur zwei Drittel sind. Dennoch wird von den befragten Besuchern mit den höchsten Bildungsabschlüssen zwar weniger geraucht als von denen mit Hauptschulabschluß, aber keineswegs weniger als von denjenigen mit mittlerer Reife. Die mit dem Bildungsniveau verknüpfte Einsicht in das Risiko ist offenbar nicht unmittelbar mit der Bereitschaft, aus der Raucherkarriere auszusteigen, verknüpft. Konkrete Anstöße zur Verhaltensänderung müssen hinzukommen.

## 6. Besucherbeteiligung

Über alle Ausstellungen hinweg gesehen, haben - den Nachher-Interviews zufolge - jeweils ansehnliche Mehrheiten von rund drei Fünfteln bis über zwei Dritteln der Besucher den Informationscomputer zu Ernährungsfragen genutzt, sich einem Beuge- oder einem Steptest unterzogen oder ihren Blutdruck gemessen bzw. Gewicht und Größe ermittelt. Diese Meß- und Informationsaktivitäten waren in Form einer "Straße" organisiert. Wenn man eine Station absolviert hatte, durchlief man typischerweise - aber leider nicht immer - auch die anderen.

Wesentliche Teile der Ausstellung konnten nur von einem kleinen Teil der Besucher genutzt werden. So lag die Kapazität der Ernährungscomputer bei ungefähr 200 Teilnehmern täglich; Müsli-Proben wurden in Intervallen zu wechselnden Zeiten angeboten und die Buttonmaschine wurde nicht durchgehend betrieben.



Die befragten Besucher gehörten zu den Intensiv-Nutzern der Ausstellung: Sie hatten nicht nur Zeit für zwei Interviews - vorher und nachher - sondern auch, um gegebenenfalls einmal auf einen freien Platz am Computer zu warten. Die hier ausgewiesenen Nutzungswerte lassen sich - u.a. wegen der Kapazitätsbegrenzung - nicht auf die Gesamtheit der Besucher hochrechnen.

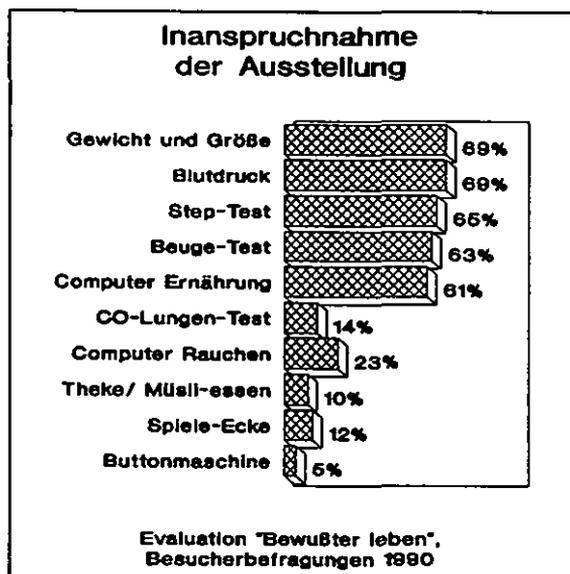
23 Prozent der befragten Besucher haben den Computer "Rauchen" genutzt und 14 Prozent haben sich einem CO-Lungentest unterzogen. (Letzterer Wert ist allerdings teilweise dadurch bedingt, daß es beim CO-Lungentest technische Störungen gab.)

Bezieht man diese Anteile auf die relative Stärke der Raucherschaft unter den befragten Besuchern, sie beträgt 35 Prozent, so zeigt sich, daß 26 Prozent der Raucher den CO-Test und 44 Prozent das Computerprogramm für Raucher genutzt haben.

Nicht alle befragten Besucher haben sich auf den Ausstellungen gleichermaßen aktiv beteiligt. Es zeigen sich einige bemerkenswerte Unterschiede, die mit soziodemografischen Merkmalen, dem Ausstel-

lungskontext sowie dem persönlichen Gesundheitsverhalten zusammenhängen:

So zeigt sich etwa, daß sich junge Leute in der Regel aktiver an der Ausstellung beteiligt haben als die etwas älteren Jahrgänge der Stich-



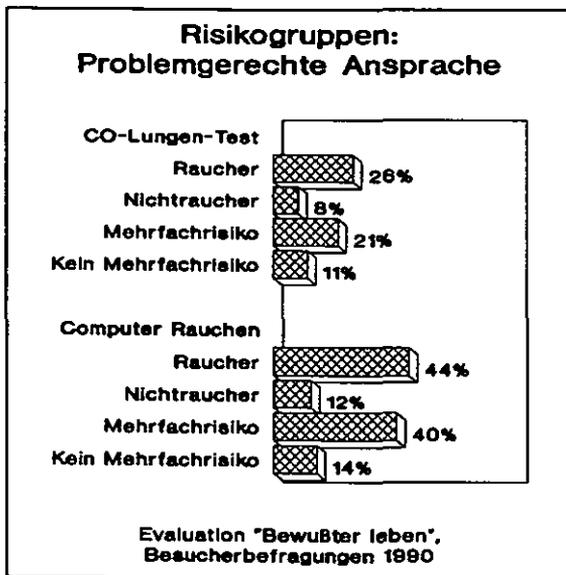
probe. Ebenso positiv mit Aktivität verknüpft sind die Merkmale "männliches Geschlecht" und "mittlerer/höherer Bildungsabschluß". Festgehalten werden sollte allerdings in diesem Zusammenhang, daß die Unterschiede in der Regel nicht dramatisch sind: Also auch die befragten Besucher mit einfachem Bildungsabschluß oder die Besucherinnen weisen einen Anteil von aktiver Beteiligung auf, der nicht allzu weit vom Durchschnittswert entfernt ist.

Ein deutlich größerer Unterschied zeigt sich jedoch zwischen den befragten Besuchern der Hamburger Ausstellung einerseits und denen in Köln und Essen andererseits. Die Erklärung mag darin liegen, daß für Hamburg die Kumulation zweier Phänomene zu verzeichnen ist: zum einen ein relativ hoher Anteil von - nicht so aktiven - Frauen an der Stichprobe der befragten Besucher und zum anderen das Auftreten von Staus und von Problemen im organisatorischen Ablauf, die etwas mit ungleichmäßig verteilten Besucherströmen zu tun haben (vergleiche auch das Kapitel A 2).

Notierenswert im übrigen, daß zwar die eher gesundheitsbewußten Nichtraucher zu überdurchschnittlichem Anteil auf der jeweils besuchten Ausstellung aktiv mitmachen. Dies bedeutet aber keineswegs, daß die Raucher oder die Besucher mit gesundheitlichem Mehrfachrisiko erheblich weniger Aktivitäten an den Tag legen. Auch diese Problemgruppen werden in der Regel noch zu über 50 Prozent zur Beteiligung "animiert".

**Anmerkung:** Einem gesundheitlichen "Mehrfachrisiko" unterliegen unserer Definition nach all jene befragten Besucher, bei denen mindestens zwei der folgenden drei Merkmale zutreffen: Rauchen, Übergewicht, Bewegungsarmut.

Zur Ergänzung noch eine Spezialanalyse, die sich auf die besonders interessierenden Gruppen der Raucher bzw. derjenigen mit gesund-

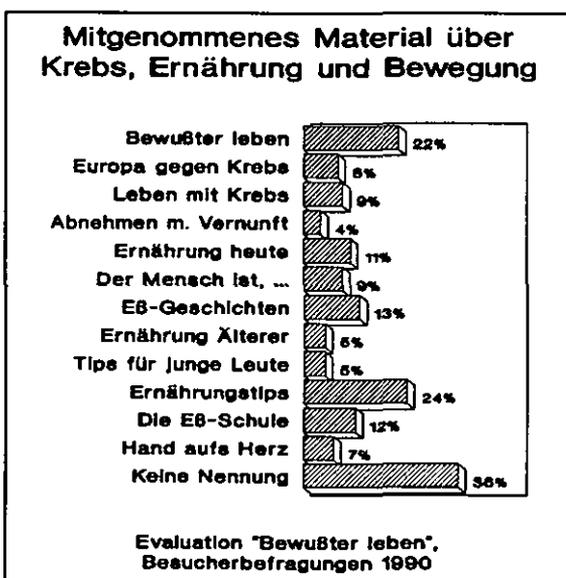


heitlichem Mehrfachrisiko bezieht: Es ergibt sich, dies wurde für die Raucher bereits vermutet, daß diese Risikogruppen von dem sie besonders betreffenden Test (CO-Lungentest) und dem für sie unmittelbar relevanten Informationsangebot des Computers zur Rauchproblematik deutlich mehr angesprochen werden als ihre weniger belasteten Gegengruppen. Einfacher ausgedrückt: An diesem Beispiel läßt sich zeigen, daß die

Ausstellung diejenigen, die es besonders nötig haben, problemgerecht anspricht.

## 7. Material zum Mitnehmen

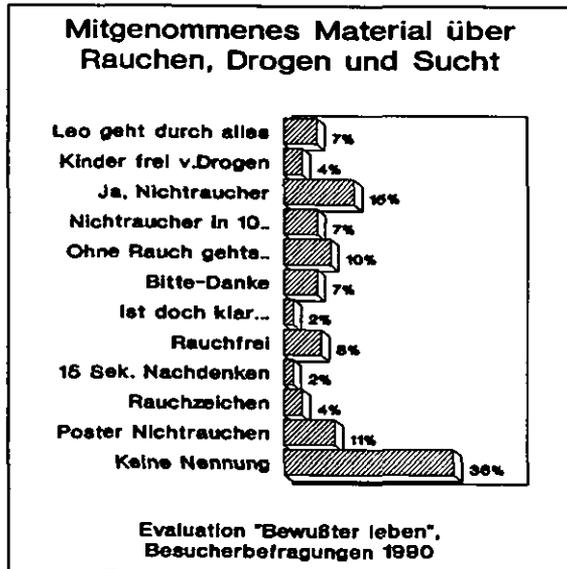
In diesem Kapitel geht es um das Aufklärungsmaterial der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, das den Besuchern der Ausstellungen in Hamburg, Köln und Essen zum Mitnehmen zur Verfügung stand bzw. vom Betreuerstab im Rahmen von Beratungsgesprächen mit auf den Weg gegeben wurde.



Die folgenden beiden Schaubilder listen Informationsmaterialien auf und geben jeweils den Anteil der befragten Besucher an, die diese oder jene Broschüre nach eigenem Bekunden mitgenommen haben.

Ein Großteil der Nennungen entfällt auf Informationsmaterial zu Fragen gesunder, der jeweiligen Lebenssituation angemessener Ernährung. Dabei sind typischerweise vom einzelnen Interes-

senten an solchem Material jeweils mehrere Produkte mitgenommen worden.

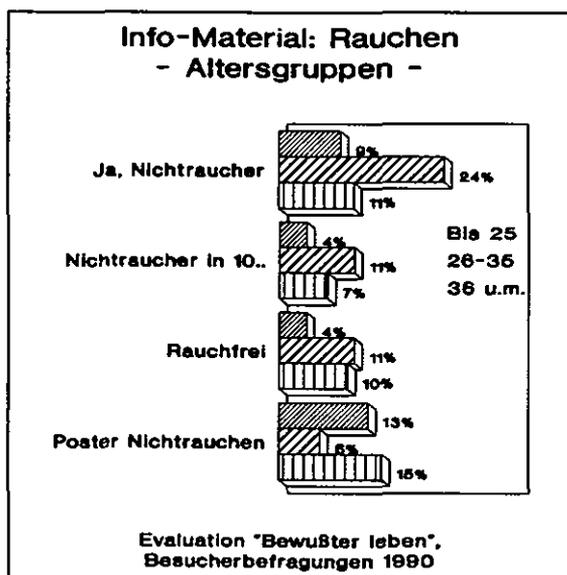


An zweiter Stelle, allerdings mit einigem Abstand, rangieren die Materialien zur Problematik des Rauchens. Auch hier dürfte man oft mehrere Produkte zugleich an sich genommen haben.

Innerhalb der beiden Komplexe, Ernährungs- und Raucherproblematik, finden sich Materialien, die auf den ersten Blick recht unterschiedliche Resonanz bei den befragten Besuchern haben. Mitunter ist solch unterschiedliche Resonanz auch

durch nicht immer ausgeglichene Bevorratung mit den entsprechenden Materialien zu erklären oder auch dadurch, daß nicht immer alle Broschüren den potentiellen Interessenten gleichermaßen zugänglich bzw. sichtbar waren.

Wenn man trotz dieser Vorbehalte nach den "Rennern" fragt, hier sind sie: Den ersten Platz hat die Broschüre "Ernährungstips" (24 Prozent der Nennungen), auf dem zweiten rangiert "Bewußter leben" (22 Prozent), die Broschüre mit dem Motto der Ausstellung, welche die Themen Krebsprävention und Krebsfrüherkennung behandelt, und an dritter Stelle liegt "Ja, ich werde Nichtraucher" (15 Prozent).



Eine weiter differenzierte Analyse - wiederum zu dem besonders interessierenden Thema "Rauchen" - zeigt, daß vor allem jene Materialien zu diesem Thema, die konkrete Hilfen zur Entwöhnung bieten, eher von den 26-35jährigen als von den jüngeren oder älteren angenommen werden. Unter den 26-35jährigen Besuchern sind relativ mehr Raucher als unter den jüngeren, aber vor allem auch unter den älteren. Man hat deswegen zu

größeren Anteilen den Ausstieg nötig. Der mag den älteren, etwas weniger Belasteten zum Teil gelungen sein. Und wenn nicht, dann haben wir es mit eher hartgesottenen Sündern zu tun, die dann wohl aus diesem Grunde weniger "Ausstiegsproschüren" nachfragen.

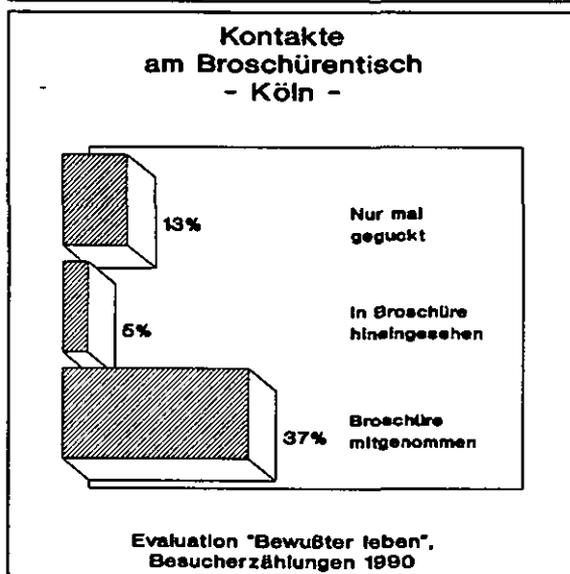
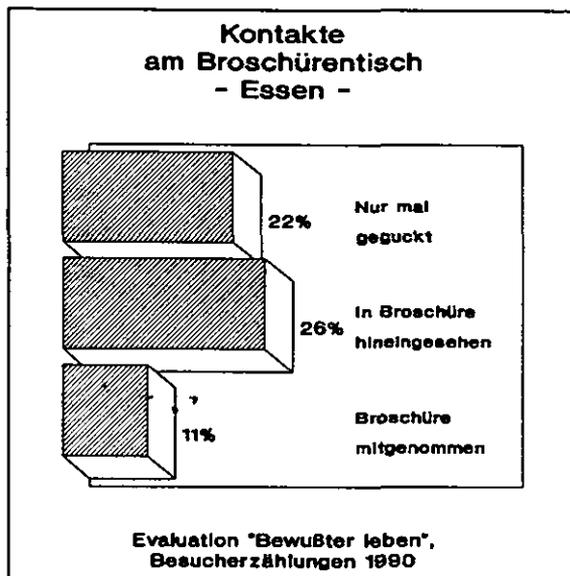
Bemerkenswert übrigens, daß die eben bezeichnete mittlere Altersgruppe das Poster "Nichtrauchen", entgegen dem gerade dargestellten Befund, weniger nachfragt als die jüngere und auch als die darüberliegende Altersgruppe. Ein solches Poster dürfte weniger eine konkrete Entwöhnungshilfe bieten. Es wird eher von Posterliebenden Jüngeren geschätzt bzw. von Älteren, vermutlich wohl Eltern, mitgenommen, die es den Jüngeren zur Information anbieten wollen.

Zu notieren bleibt noch, daß von den interessierten Besuchern normalerweise erwartet werden muß, daß sie Broschüren oder anderes Info-Material mit nach Hause nehmen wollen. Nur 36 Prozent geben an, sie

hätten nichts derartiges eingesammelt. Zu unterstreichen ist aber noch einmal, daß dieser Befund nur für interessierte Besucher gilt, die ihre besondere Aufgeschlossenheit z.B. durch die Bereitschaft zu einem Interview zu erkennen gegeben haben.

Die Protokollierung von Besucherkontakten, sie war auf den allgemeinen Besucherstrom bezogen, zeigt nämlich, daß in Essen nur 11 Prozent der Personen, die den Broschürentisch passierten, Material mitgenommen haben. In Köln sind es immerhin 37 Prozent, die sich so verhielten. In Hamburg konnte keine entsprechende Beobachtung durchgeführt werden.

In Essen wurde eher in Broschüren hineingesehen, vielleicht auch darin geblättert, als daß man diese mitnahm. Köln bietet einen Kontrast zu diesem Verhaltensmuster.

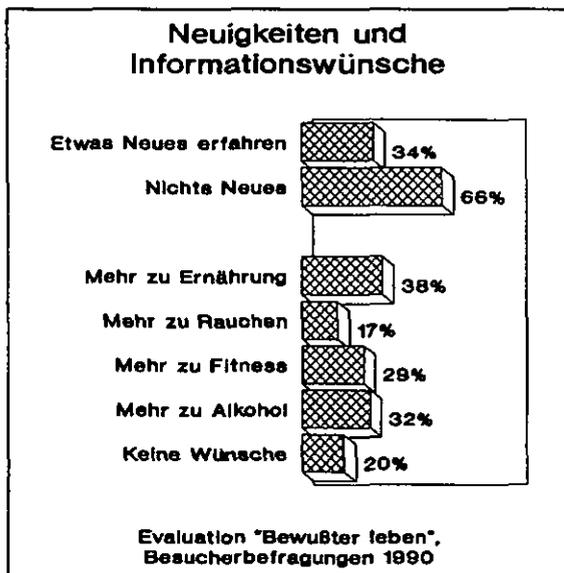


Dies mag als erneuter Hinweis dafür gelten, daß wir es in Köln mit einem eher zielgerichtet interessierten Publikum zu tun haben und in Essen mit einer "eher normaler" Auswahl von Bürgerinnen und Bürgern in unspezifisch aufgeschlossener Konsumhaltung.

Wenn in Essen relativ weniger Besucher der Ausstellung Informationsmaterial mitgenommen haben als in Köln, heißt das allerdings keineswegs, daß die Essener Ausstellung in der Streuung von gedruckter Gesundheitsaufklärung ineffizient war: Die Essener Ausstellung ist während des Beobachtungszeitraumes von etwa sechs mal mehr Besuchern als die in Köln frequentiert worden. Entsprechend multipliziert sich der relativ niedrige Anteil der Broschürenbezieher zu einer absoluten Zahl, die deutlich über der entsprechenden für Köln liegt.

## 8. Lernen und Handeln

Rund ein Drittel der Befragten auf den Ausstellungen in Köln und Essen, in Hamburg konnte die entsprechende Frage nicht gestellt werden, gibt an, durch den Besuch Neues zu Fragen der persönlichen Gesundheit erfahren zu haben. Dieser Anteil will als durchaus beträchtlich erscheinen, da bei zumindest einem Teil der Besucher - in Essen weniger, in Köln mehr - ein überdurchschnittliches Wissensniveau in Gesundheitsfragen anzunehmen ist.



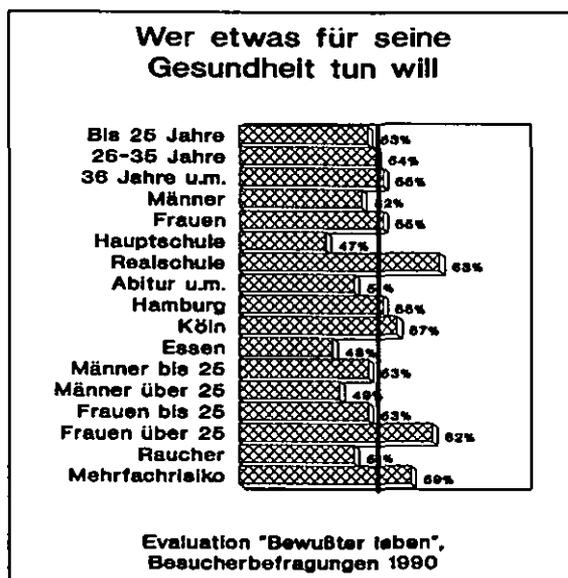
Jene, die in der Ausstellung etwas Neues erfahren haben, aber auch vor allem die anderen, denen das Informationsangebot im wesentlichen bereits bekannt erschien, äußern zusätzliche Wünsche: Relativ viele wollen mehr über Ernährungsfragen wissen, ein Punkt, der bisher bereits gut abgedeckt ist. Deutlich weniger interessieren sich für zusätzliche Informationen zur Raucherproblematik. Darin spiegelt sich zweierlei wider: Zum einen bilden die Raucher un-

ter den Besuchern eine deutliche Minderheit, und zum anderen gibt es auch zu diesem Aspekt ein recht umfangreiches Angebot.

Eher bemerkenswert im Hinblick auf eine inhaltliche Akzentverschiebung erscheinen jene nicht unwesentlichen Minderheiten unter den befragten Besuchern, die mehr über die Problematik des Alkoholkonsums bzw. mehr in Sachen "Fitness" erfahren wollen.

Mehr noch als den Wissensstand ihrer Besucher zu erhöhen scheint die Ausstellung "Bewußter leben" zu gesundheitsorientierten Verhaltensänderungen beizutragen. Jedenfalls gibt eine absolute Mehrheit der befragten Besucher (54 Prozent) an, als Konsequenz des Ausstellungsbesuches etwas für die Gesundheit tun zu wollen.

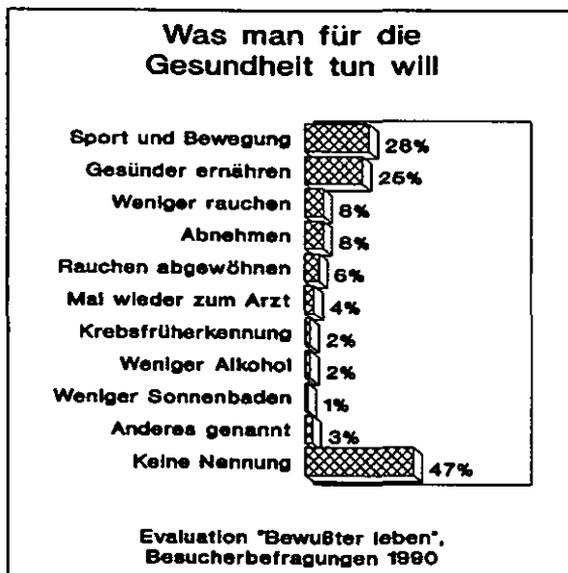
Diese Absicht ist unter denjenigen mit mittleren Bildungsabschlüssen, unter den an der Ausstellung interessierten Frauen in der Altersgruppe über 25 Jahre sowie den Besuchern mit gesundheitlichem Mehrfachrisiko in besonderem Ausmaße vertreten.



Auffällig in dieser Hinsicht auch, daß die Hamburger Ausstellungsbesucher (55%) sowie die Kölner (57%) zu deutlich größerem Anteil ihre Gesundheit ernster nehmen wollen als die Essener (48%). Dies ist nochmals ein Hinweis darauf, daß die in Essen interviewten Besucher in der Tendenz jünger sowie in den Bildungsabschlüssen durchschnittlich, und damit in Gesundheitsfragen unbekümmerter, sind als die in Hamburg und Köln. Gleichwohl will immerhin etwa die

**Hälfte von ihnen das Gesundheitsverhalten verändern.**

Wer etwas für seine Gesundheit tun will, der hat viele Wahlmöglichkeiten - Möglichkeiten, die oft erst dann wirklich Sinn machen, wenn man sie kombiniert. Und so verhalten sich auch unsere befragten Besucher, die mehr für ihre Gesundheit tun wollen: Sie machen im Interview Mehrfachnennungen. An erster Stelle rangieren dabei "Sport und Bewegung" (28 Prozent). An zweiter Stelle liegt die Option "sich gesünder ernähren" (25 Prozent). Andere Möglichkeiten werden von nur deutlich kleineren Fraktionen genannt. Dabei ist allerdings bemerkenswert, daß 8 Prozent "weniger rauchen" wollen und 6 Prozent beabsichtigen, sich dieses Laster ganz abzugewöhnen. Bezogen auf den Rau-



cheranteil von 35 Prozent in der Gesamtstichprobe ergibt sich damit eine Gruppe von mehr oder minder Ausstiegswilligen, die keineswegs übersehen werden sollte.

Generell besteht freilich der Eindruck, daß von den befragten Besuchern vor allem jene Möglichkeiten verstärkter Gesundheitsorientierung genannt werden, die nicht allzu krasse Einschnitte in den Lebensstil erfordern. Man denke z.B. daran, daß

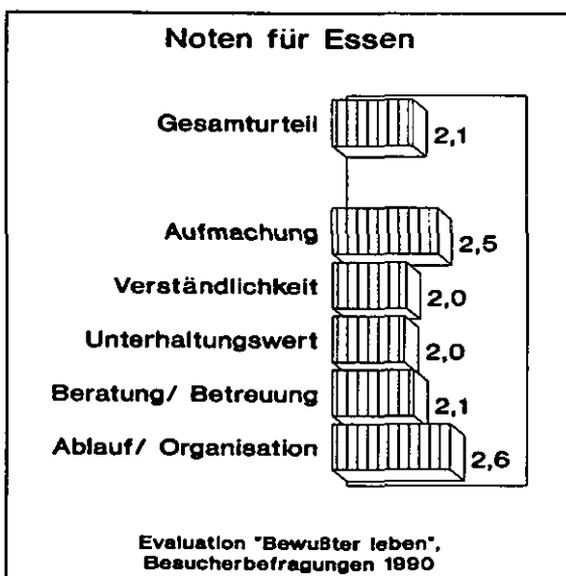
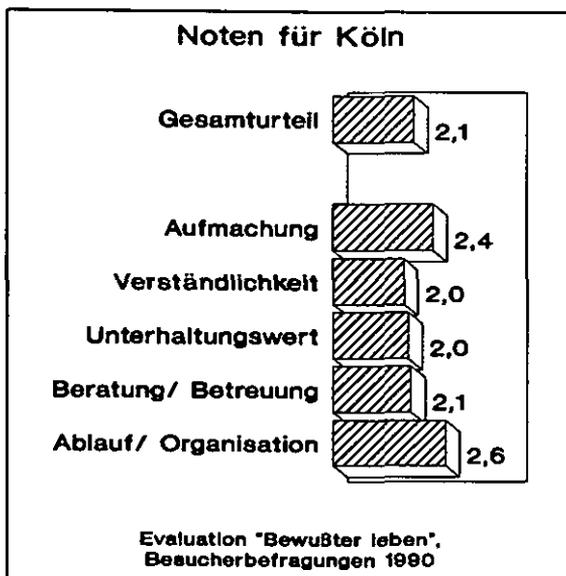
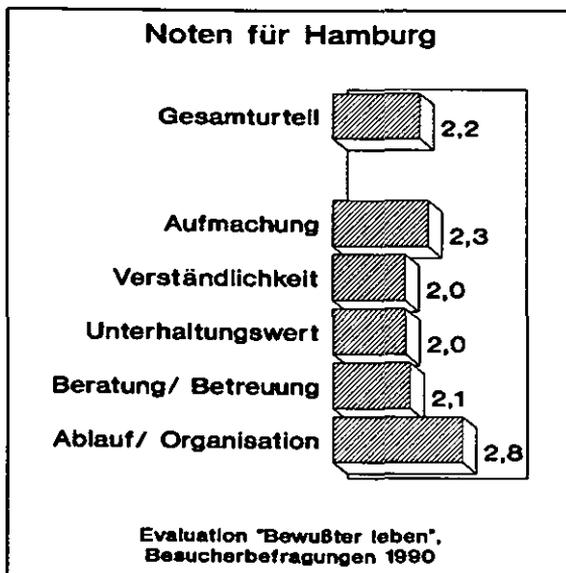
es unter den Befragten ein Drittel gibt, das nach eigenem Bekunden Übergewicht hat. Aber nur 8 Prozent wollen abnehmen.

Daran "gedacht, einen Kurs (Gruppe, Beratungsstellen) zu besuchen, um mit Hilfe anderer zu lernen, gesünder zu leben", haben immerhin 13 Prozent der Teilnehmer an den Besucherbefragungen. Dabei liegt Köln, mit 17%, relativ gut; Hamburg (10%) und Essen (10%) sind in ihrer Antwortverteilung gleichauf.

## 9. Bewertungen

Nach Beendigung ihres Besuches konnten die Zielpersonen unserer Befragungsaktion die jeweilige Ausstellung mit Hilfe von Schulnoten bewerten. Dabei wurden sie sowohl um ein Gesamturteil gebeten als auch um eine Einschätzung von Aufmachung, Verständlichkeit, Unterhaltungswert sowie der Betreuung und der Organisation der Veranstaltung.

Es sei gleich vorweg bemerkt: Die Benotungen zu diesen Einzelaspekten fallen in der Tendenz etwas negativer aus als die Gesamtbewertungen durch die befragten Besucher. Die Gesamtnote ist also nicht das rechnerische Mittel der Einzelbewertungen. Es besteht der Eindruck, daß bei hier und da bestehender - leichter - Kritik zu Einzelaspekten das Gesamturteil dennoch eher generös ausfällt, weil die Besucher damit auch zu verstehen geben wollen, daß sie den Zweck und die Gesamtorientierung des Unternehmens schätzen und unterstützen.



Die Gesamtbenotung ist für alle Ausstellungen - bei einem etwas negativeren Akzent für Hamburg - nahezu gleich. Und über alle Ausstellungen hinweg ist man mit der Verständlichkeit, dem Unterhaltungswert sowie auch der Beratungs- bzw. Beratungsqualität gleichermaßen zufrieden.

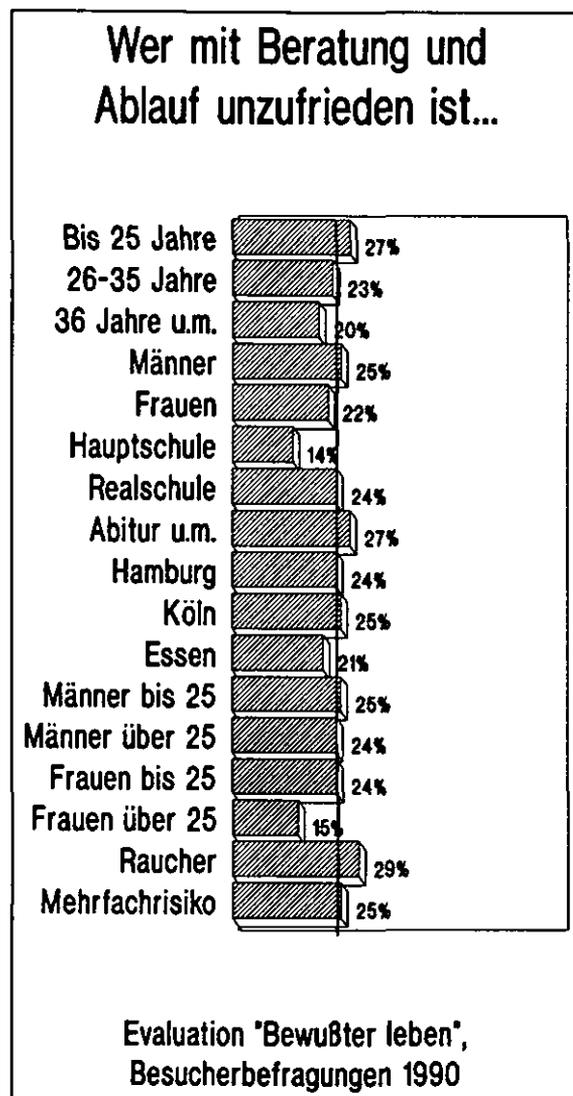
Am ehesten äußert sich Kritik in Zusammenhang mit der Aufmachung, hier hat Essen die relativ schlechteste Note (2,5), und mehr noch in Bezug auf den Ablauf, die Organisation, der Ausstellungen. Hierbei erhält die Ausstellung in Hamburg mit 2,8 die schlechteste Bewertung.

Die Erklärung für letzteren Befund mag darin liegen, daß - wie bereits angedeutet - es in Hamburg wegen des relativ ungleichmäßigen Besucherstroms immer wieder zu Staus mit entsprechender Frustration bei manchen Besuchern kam. Dies mag auf die entsprechende Bewertung abgefärbt haben.

Im Zusammenhang mit der "Aufmachung" ist anzumerken, daß der Wert für Essen vermutlich deswegen etwas schlechter ausfällt als etwa für Hamburg, weil es in dieser Hinsicht zwei besondere Handikaps gab. Zum einen hatte die Essener Ausstellung, mehr als die in den anderen Städten, mit besonderen optischen Reizen zu

konkurrieren: nämlich denen, die von dem komplexen Angebot einer Verbrauchermesse ausgehen. Zum anderen war die Ausstellung in Essen aus technischen Gründen so angelegt, daß sie für zahlreiche Besucher - so zeigen es die Beobachtungen vor Ort - nicht als besonders abgegrenzter Bereich erkennbar war. Manchem Besucher dürfte die Ausstellung auf den ersten Blick gar nicht als Ganzes, sondern eher nur unter einem zufällig wahrgenommenen Einzelaspekt erschienen sein.

Die bisherige Darstellung bezog sich auf die Benotung der Ausstellungen jeweils durch die Gesamtheit der Besucher. Gibt es - so lautet eine weiterführende Frage - Besucher, die mit der jeweiligen Ausstellung besonders unzufrieden waren? Wir haben dies an der Unzufriedenheit mit der Beratung und dem Ablauf festgemacht. Einer der Gründe dafür ist, daß sich - in Grenzen - Beratungsqualität wie Ablauforganisation kurzfristig wohl am ehesten verändern lassen. Die Ergebnisse:



Mit Beratung und Ablauf nicht sonderlich zufrieden sind im Durchschnitt aller Ausstellungen 24 Prozent der befragten Besucher. Entsprechende Unzufriedenheit korreliert positiv mit den Merkmalen: relative Jugend, männliches Geschlecht und höherer Bildungsabschluß. Mit diesen Merkmalen ist also zugleich eine gewisse forschere Anspruchshaltung bezeichnet.

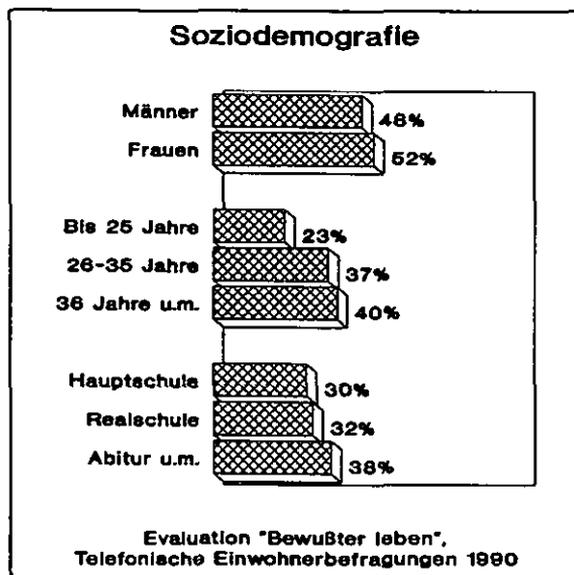
Ebenso ist hervorzuheben, daß auch die Raucher mit Beratung und Ablauf in nur unterdurchschnittlichem Maße zufrieden sind.

Umgekehrt ist zu verzeichnen, daß vor allem die Frauen im Alter von über 25 Jahren in ihren Reihen relativ wenige Unzufriedene haben. Diese Frauengruppe fühlt sich wohl besonders gut beraten und betreut.

## C Befragungen im Einzugsbereich

### 1. Die Stichproben: Strukturen im Vergleich

Auf Basis der telefonischen Kurzinterviews, die zeitlich parallel zu den Besucherbefragungen mit Zufallsauswahlen der Bürgerinnen und Bürger aus der weiteren Nachbarschaft der jeweiligen Ausstellung durchgeführt wurden, ergab sich die folgende Verteilung soziodemografischer Merkmale (der Vergleichbarkeit halber galt auch bei den Telefoninterviews eine Beschränkung auf Personen im Alter bis zu etwa 40 Jahren):

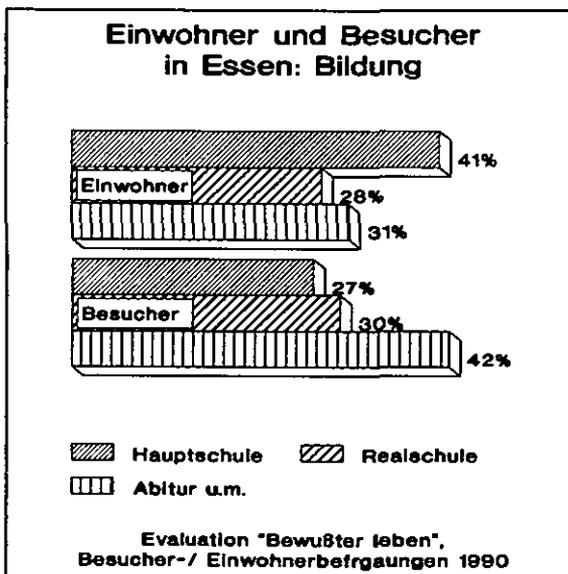
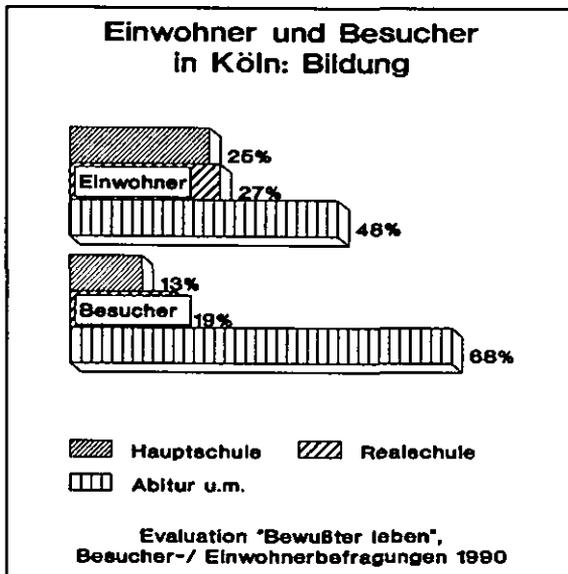
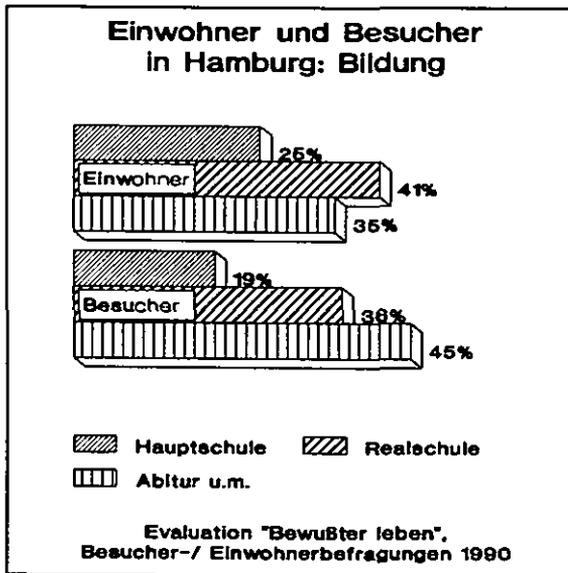


In der Gesamtstichprobe von 601 Befragten, dies ist eine einfache Zusammenfassung der örtlichen Stichproben (Hamburg: 194, Köln: 216, Essen: 191), zeigt sich eine Geschlechterverteilung, die von der in der amtlichen Statistik für die entsprechende Altersgruppe ausgewiesenen nicht erheblich abweicht.

Auffällig ist, daß in der Gesamtstichprobe der Telefoninterviews - innerhalb der

Zielgruppenbegrenzung bis zum Alter von 40 Jahren - die älteren Befragten erheblich stärker vertreten sind als die jüngeren. Dies tritt gerade auch im Vergleich mit der entsprechenden Verteilung in der zusammengefaßten Stichprobe der Besucherbefragungen zu Tage (siehe Kapitel B 1).

Es hat den Anschein, daß die Dominanz der relativ Älteren gegenüber den relativ Jüngeren vor allem etwas mit der unterschiedlichen Erreichbarkeit dieser Personenkreise zu tun hat. Je jünger man ist, desto wahrscheinlicher ist es, daß man an einem Werktagsabend bzw. am Wochenende, so war der Befragungszeitraum definiert, wegen aushäufiger Aktivitäten für Telefoninterviewer nur schwer zu erreichen ist. Insofern darf angenommen werden, daß die Gesamtstichprobe der befragten Ausstellungsbesucher in ihrer Alterstruktur normaler ist, als die mit den Telefonkontakten erreichte Auswahl von Bürgerinnen und Bürgern aus der weiteren Nachbarschaft des jeweiligen Ausstellungsortes.



Erheblich ausgewogener, und damit auch näher den entsprechenden statistischen Werten für die Bürgerinnen und Bürger im Alter zwischen etwa 15 und 40 Jahren, stellt sich die Bildungsstruktur der Gesamtstichprobe der Telefonbefragungen dar.

Die relativ realitätsgetreue Bildungsstruktur der telefonisch Befragten - eine gewisse Abweichung in Richtung höherer Bildungsabschlüsse, die auch hier zu verzeichnen ist, mag mit der leichteren Ansprechbarkeit der entsprechenden Personengruppe erklärt werden - tritt besonders im Vergleich mit der Bildungsstruktur der in den Ausstellungen Befragten hervor. Dies zeigt sich vor allem auch bei einem Aufbrechen der beiden Gesamtstichproben (Telefoninterviews und Besucherbefragungen) nach den drei Ausstellungsorten:

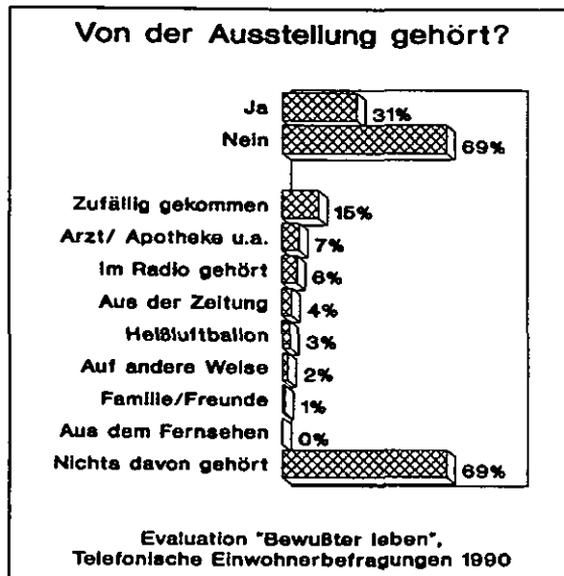
In den drei Städten ist das mittlere Bildungsniveau der telefonisch befragten Bürger und Bürgerinnen recht unterschiedlich. Dabei weist die Dienstleistungsstadt Köln den relativ höchsten Anteil von Abiturienten auf, während die Industriestadt Essen in Bezug auf diese Gruppe vergleichsweise schwächer besetzt ist.

An allen drei Orten liegt das Bildungsniveau der befragten Ausstellungsbesucher je-

doch deutlich über dem jener Bürgerinnen und Bürger, die für ein Telefoninterview gewonnen werden konnten. Die dafür ausschlaggebenden Gründe wurden bereits im Kapitel B 1 genannt: Generell korrelieren Aufgeschlossenheit gegenüber Medienbotschaften und geistige Beweglichkeit mit dem Bildungsniveau.

## 2. Die Ausstellungen: Information, Kontakt, Interesse

31 Prozent der telefonisch Befragten geben an, daß sie von der Ausstellung am Ort bereits gehört haben. Zur Erinnerung: Die Telefoninterviews fanden statt, während die jeweilige Ausstellung bereits lief.

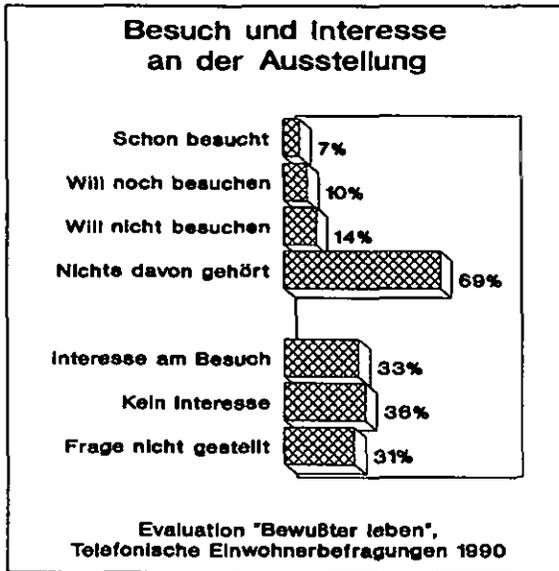


Die relativ meisten der Bürgerinnen und Bürger, die von der Existenz der Ausstellung wissen, haben diese dadurch wahrgenommen, daß sie zufällig darauf stießen (was, wie wir noch sehen werden - nicht gleichbedeutend mit einem Besuch ist).

An nächster Stelle rangiert als Informationsquelle über die Ausstellung der - in Hamburg und Köln vorgenommene - Aushang in Arztpraxen und Apotheken. Erst an dritter und vierter Stelle finden wir Medien, nämlich Mitteilungen im Radio und in den Zeitungen, als Quelle für die Bürger. Dieses Ergebnis steht in deutlichem Kontrast zu dem, was sich aus den Befragungen in den Ausstellungen ergab. Für die Besucher waren Medienmitteilungen, insbesondere in den Tageszeitungen, deutlich wichtiger.

Zur Erklärung: Die Telefoninterviews wurden im unmittelbaren Einzugsbereich des jeweiligen Ausstellungsorts durchgeführt. Damit wird wahrscheinlich, daß man von der Ausstellung dadurch etwas erfährt, daß man gleichsam darauf stößt.

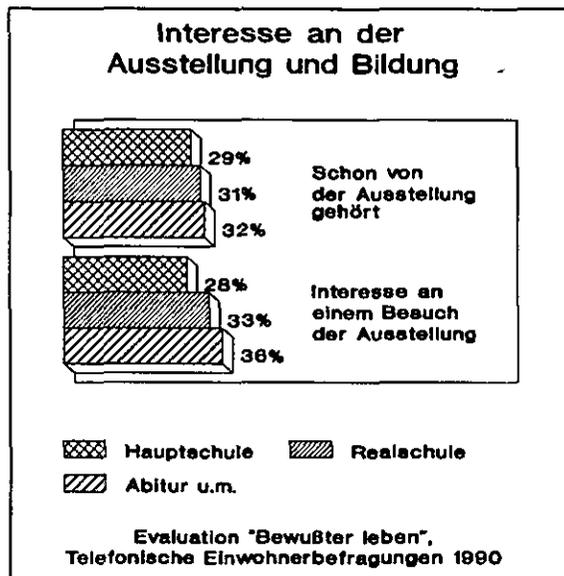
Umgekehrt ist der Befund, daß die Besucher eher mediale Informationsquellen angeben, ein Hinweis darauf, daß sie zu einem guten Teil eben nicht aus der unmittelbaren Nachbarschaft kommen.



7 Prozent der telefonisch Befragten haben die Ausstellung bereits besucht, und weitere 10 Prozent haben die Absicht, dies noch zu tun. 14 Prozent schließen definitiv aus, auf die Ausstellung gehen zu wollen.

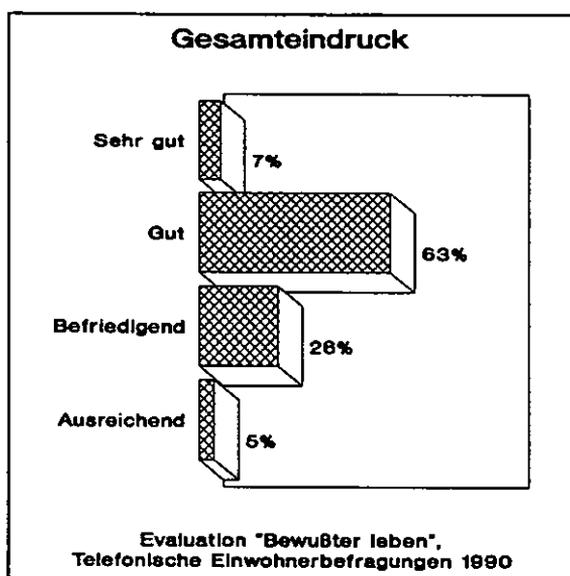
Dies bedeutet, daß etwas mehr als die Hälfte derjenigen, die von der Ausstellung bereits gehört haben, diese besucht haben bzw. einen Besuch ernsthaft erwägen.

Jene 69 Prozent der telefonisch Befragten, die von der Ausstellung noch nichts gehört hatten, wurden im Interview über die Tatsache der Durchführung einer solchen Ausstellung sowie über deren generelle Zielrichtung unterrichtet. Damit konnten auch diese Personen anschließend befragt werden, ob sie Interesse am Besuch der Ausstellung hätten: Knapp die Hälfte der solchermaßen Informierten, das sind 33 Prozent aller telefonisch Befragten, zeigten daraufhin Interesse am Besuch der Ausstellung.



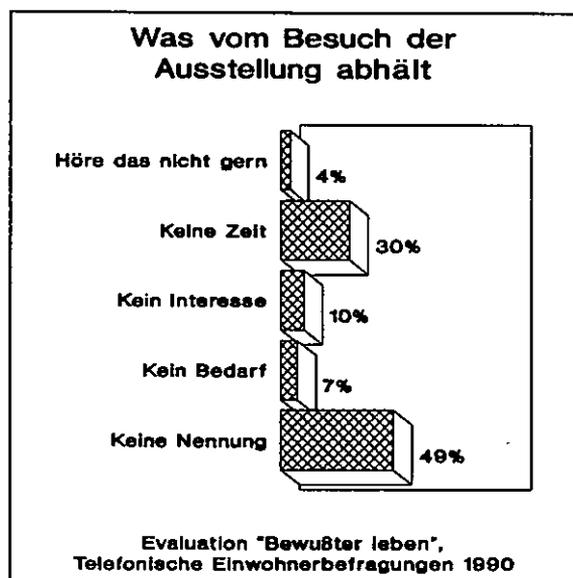
Ob man von der Ausstellung schon gehört hat, und mehr noch, ob man Interesse am Besuch der Ausstellung zeigt, das hängt vor allem auch vom Bildungsniveau der telefonisch befragten Bürgerinnen und Bürger ab: Diejenigen mit den höheren Bildungsabschlüssen nehmen die Tatsache der Durchführung einer solchen Ausstellung eher wahr und zeigen auch ein deutlich größeres Interesse an einem eventuellen Besuch. Dies paßt zu Ergebnissen der Besucherbefragung, in denen sich ja immer wieder ein deutliches Gewicht - wenn nicht gar Übergewicht - der Interessenten mit überdurchschnittlich hohem formalem Bildungsabschluß und vermutlich entwickelteren sozialen Skills zeigt.

in denen sich ja immer wieder ein deutliches Gewicht - wenn nicht gar Übergewicht - der Interessenten mit überdurchschnittlich hohem formalem Bildungsabschluß und vermutlich entwickelteren sozialen Skills zeigt.



Übrigens, jene Bürgerinnen und Bürger, die schon Gelegenheit hatten, die Ausstellung zu besuchen, haben einen durchaus positiven Gesamteindruck davon: 70 Prozent von ihnen geben die Noten "sehr gut" oder "gut". Der Mittelwert der Benotung liegt allerdings mit 2,3 etwas unter jenem, der von den Teilnehmern der Besucherbefragungen vergeben wird (2,1 als Durchschnitt für alle Ausstellungen). Die Erklärung mag darin liegen,

daß wir es bei den befragten Besuchern mit etwas engagierteren Interessenten zu tun haben als bei den im Rahmen der Telefonerhebung ermittelten Besuchern, unter denen sich notwendigerweise ein Anteil von eher wenig motiviertem, wenig aufgeschlossenem "Durchlaufpublikum" befinden muß.



Nicht nur die genaue Bestimmung des Interesses an der Ausstellung ist hier von Belang, sondern auch die Gründe und Motive, die einen vom Besuch der Ausstellung abhalten, sind wissenswert: In diesem Sinne wurden im Rahmen der Telefoninterviews all jene befragt, die zwar von der Ausstellung gehört haben, aber nicht hin wollen, sowie auch die Gruppe derjenigen, die erst grob über die Ausstellung informiert werden muß-

ten, aber dann auch kein Interesse zeigen.

Drei Fünftel der solchermaßen Ausgewählten (das sind 30 Prozent aller) sagen, sie hätten einfach keine Zeit, um eine solche Ausstellung besuchen zu können. Offen ablehnend verhalten sich zwei kleinere Fraktionen, die davon sprechen, "kein Interesse" bzw. "keinen Bedarf" in Sachen Gesundheitsinformationen zu haben.

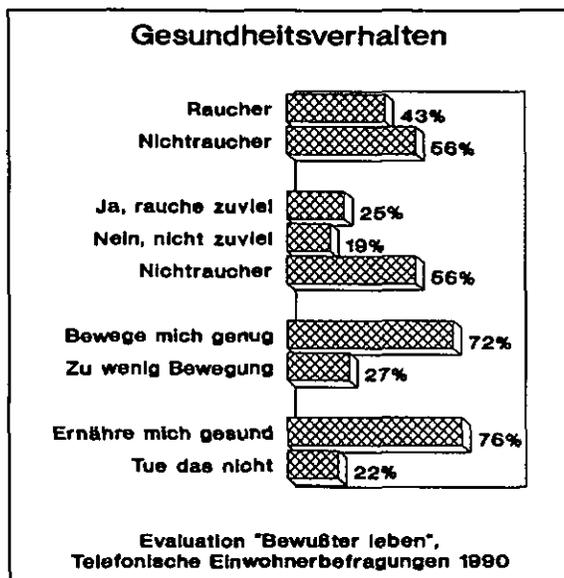
Noch kleiner ist erfreulicherweise die Gruppe derjenigen, die angeben, das Thema, also wohl die Verbindung von allgemeinem Gesundheits-

bewußtsein und Krebsprävention, nicht so gerne zu hören. Aus Nebenbemerkungen der Befragten dieser Gruppe ergaben sich gelegentliche Hinweise auf entsprechende Krankheitsfälle in der eigenen Familie oder im engeren Freundeskreis.

### 3. Gesundheitsverhalten

In der Gesamtstichprobe der Telefonbefragungen haben die Raucher einen Anteil von 43 Prozent. Mehr als die Hälfte davon gibt sich einsichtig und meint, "zuviel" zu rauchen.

"Zu wenig Bewegung" zu haben, geben nur 27 Prozent der Befragten dieser Stichprobe an. Und eine eher ungesunde Ernährungsweise geben nur 22 Prozent zu.

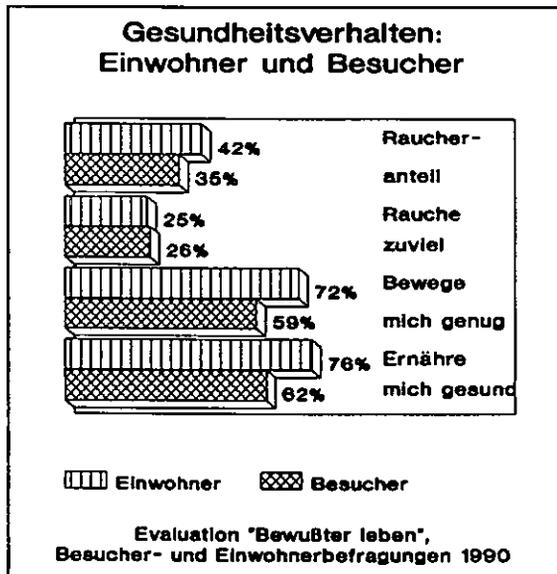


Ein Vergleich des Gesundheitsverhaltens der befragten Ausstellungsbesucher und der Zielpersonen der Telefonerhebung zeigt, daß letztere mehr rauchen und damit den für die entsprechende Altersgruppe geltenden Werten, wie sie sich aus Repräsentativerhebungen ergeben, sehr nahe sind. (So weist eine für die BZgA im Jahre 1987 durchgeführte einschlägige Untersuchung für die 20-40-jährigen einen Anteil von 41-42 Prozent

Rauchern aus.) Die Erklärung für diese - allerdings nicht allzu große - Diskrepanz, mag darin liegen, daß die Gesundheitsausstellung eben auch Interessenten anzieht, die schon etwas gesundheitsbewußter sind.

Dafür spricht auch, daß in beiden Gesamtstichproben der Anteil derjenigen, die zugeben, "zuviel" zu rauchen, etwa gleich groß ist. Dies bedeutet, daß auf den Anteil der Raucher bezogen, die Ausstellungsbesucher schon etwas risikobewußter sind.

Deutlich mehr Befragte in der weiteren Nachbarschaft der Ausstellungen als interviewte Besucher sagen, daß sie "genug" Bewegung haben bzw. sich "gesund ernähren".



Hier bietet sich eine doppelte Erklärung an: In der Telefonstichprobe befinden sich relativ mehr Bürger einfacher Bildungsabschlüsse, die eine Berufsstruktur annehmen lassen, die mehr als diejenige der Besucher von körperlichen Tätigkeiten geprägt ist. Kein Wunder, daß man dann eher angibt, "genug Bewegung" zu bekommen.

Und was die Frage der "gesunden Ernährung" angeht,

mag der Bildungsfaktor bewirken, daß man in der in diesem Sinne einfacher strukturierten Telefonstichprobe weniger Problembewußtsein gegenüber der alltäglichen Nahrungsaufnahme entwickelt hat.