
Stadt Winterthur Amt für Kultur

Bevölkerungsbefragung

Kulturangebote

gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung

M.A. Mara Huber, Projektleiterin

Thomas Mandelz, Projektmitarbeiter

Zürich, Dezember 2024

Studiendesign / Methodenbeschreibung

	Publikumsbefragung	Bevölkerungsbefragung
Grundgesamtheit:	Publikum der städtischen Kulturinstitutionen, der subventionierten Institutionen und weiterer Kulturbetriebe in der Stadt Winterthur	Bevölkerung ab 18 Jahren in der Deutschschweiz mit Boost auf die Region in & um Winterthur
Stichprobengrösse:	N = 3'628 Interviews	N Brutto = 1'233 Interviews N Netto = 1'106 Interviews
Quoten:	keine	Alter und Geschlecht (auf Bruttostichprobe)
Gewichtung:	keine	Nettostichprobe bevölkerungsrepräsentativ nach Bildung, Alter, Geschlecht und Region (Region in & um Winterthur, restl. D-CH)
Forschungsmethode:	Onlinebefragung	Onlinepanelbefragung
Adressbasis:	Adressbasen der einzelnen Kulturinstitutionen (z.B. Newsletter)	gfs-Onlinepanel polittrends.ch
Befragungszeitraum:	20. September bis 18. November 2024	23. September bis 7. Oktober 2024
Vertrauensintervall:	Bei N = 3'628 und 50%; +/- 1.6%	Bei N = 1'106 und 50%; +/- 2.9%
Hinweis zu den Grafiken:	Um statistisch belastbare Aussagen machen zu können, sollten mindestens 30 Antworten vorliegen, da ab dieser Anzahl das Antwortverhalten in eine Normalverteilung übergeht. Wenn weniger als 30 Antworten vorliegen, wurde dies mit einem entsprechenden Vermerk auf den jeweiligen Folien gekennzeichnet.	
Institut / Projektleitung:	gfs-zürich, Markt- und Sozialforschung AG, Mara Huber	

Management Summary

Management Summary 1/3

Soziodemografie der Zielgruppen

- Publikumsbefragung:

Jede teilnehmende Kulturinstitution in Winterthur hat die Einladungen zur Umfrage selbständig an ihr Publikum verschickt. Verfügte eine Kulturinstitution nicht über Adressdaten von ihrem Publikum, bestand auch die Möglichkeit, die Besucher*innen vor Ort auf die Umfrage aufmerksam zu machen (z.B. mit einem Flyer) oder einen Papierfragebogen mitzugeben. Das Sample der Publikumsbefragung umfasste schlussendlich 3'628 Personen. Im Folgenden werden diese Personen als «Publikum» bezeichnet. Das Publikum setzt sich aus 38% männlichen und 62% weiblichen Personen zusammen. 17% des Publikums sind zwischen 18 und 39 Jahren alt, 42% zwischen 40 und 64 Jahren und 41% sind 65 Jahre alt oder älter.

Das Publikum der Kulturinstitutionen in Winterthur besucht am häufigsten Museen und Galerien (79%). An zweiter Stelle folgen Theater/Musicals/Schauspiel/Kleinkunst/Komik (74%) und an dritter Stelle Film/Kino/Filmfestivals (67%).

- Bevölkerungsbefragung:

Es wurde ein bevölkerungsrepräsentatives Brutto-Sample von 1'233 Personen aus der Region in und um Winterthur sowie aus der restlichen Deutschschweiz befragt. 94% der Befragten gaben an, mindestens 1-2 Mal pro Jahr Kunst- und Kulturangebote zu nutzen (Netto-Sample). Im Folgenden wird bei dieser Zielgruppe von der «kulturinteressierten Bevölkerung» gesprochen. Das Sample der kulturinteressierten Bevölkerung besteht aus 49% Männer und 51% Frauen. 35% der befragten Personen sind zwischen 18 und 39 Jahren alt, 42% zwischen 40 und 64 Jahren und 23% sind 65 Jahre alt oder älter. 59% sind tief bis mittel gebildet und 40% sind hoch gebildet.

Die kulturinteressierte Bevölkerung nutzt am häufigsten Film/Kino/Filmfestival (73%) als Kunst- und Kulturangebote. An zweiter Stelle folgen Museen und Galerien (65%) und an dritter Stelle Theater/Musicals/Schauspiel/Kleinkunst/Komik (59%).

Management Summary 2/3

- Grundsätzlich besucht sowohl beim Publikum der Kulturstadt Winterthur als auch bei der kulturinteressierten Bevölkerung der Grossteil regelmässig Kunst- und Kulturveranstaltungen. Die Nutzung solcher Angebote in der Freizeitgestaltung hat für das Publikum allerdings einen signifikant höheren Stellenwert als für die kulturinteressierte Bevölkerung. Auch bzgl. der Art der genutzten Kunst- und Kulturveranstaltungen zeigen sich Unterschiede. Während das Publikum der Kulturstadt Winterthur Museen und Galerien sowie Theater bevorzugt, stehen für die kulturinteressierte Bevölkerung Kino und Filmfestivals an erster Stelle, gefolgt von Museen und Theater. Dies spiegelt sich auch in den Nutzungsmotiven wider: Das Winterthurer Publikum schätzt Kunst und Kultur vor allem aus Interesse an Neuem, wohingegen bei der kulturinteressierten Bevölkerung Spass und Unterhaltung den Hauptgrund darstellen.
- Auch im Hinblick auf das Informationsverhalten bestehen deutliche Unterschiede: Das Winterthurer Publikum informiert sich primär über die Webseiten der Kulturinstitutionen, während die kulturinteressierte Bevölkerung allgemeine Internetsuchen bevorzugt. Presseberichte dienen beiden Gruppen als zweitwichtigste Informationsquelle. Gleichzeitig besucht der Grossteil des Publikums regelmässig Veranstaltungen vor Ort in Winterthur, während mehr als die Hälfte der kulturinteressierten Bevölkerung keine Kunst- oder Kulturinstitutionen in Winterthur kennt. Gründe hierfür sind oft mangelnde Bekanntheit oder eine als kompliziert empfundene Anreise.
- Die Anreise zu Veranstaltungen in Winterthur erfolgt beim Winterthurer Publikum häufig mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Fahrrad, während die kulturinteressierte Bevölkerung ebenfalls die öffentlichen Verkehrsmittel oder das Auto nutzt. Häufig wird der Veranstaltungsbesuch in Winterthur mit einem Restaurant- oder Cafébesuch kombiniert. Rund ein Drittel des Winterthurer Publikums verbindet den Veranstaltungsbesuch jedoch mit keiner weiteren Aktivität.
- Hinsichtlich der Zufriedenheit schneidet die Kulturstadt Winterthur bei seinem Publikum besonders gut ab. Die Qualität, Vielfalt und das Preis-Leistungs-Verhältnis der Angebote werden deutlich besser bewertet als von der kulturinteressierten Bevölkerung. Besonders zufrieden äussern sich Kunst- und Literaturliebhaber*innen sowie Theater- und Bühnenthusiast*innen, während Film- und Musikfans weniger überzeugt sind.

Management Summary 3/3

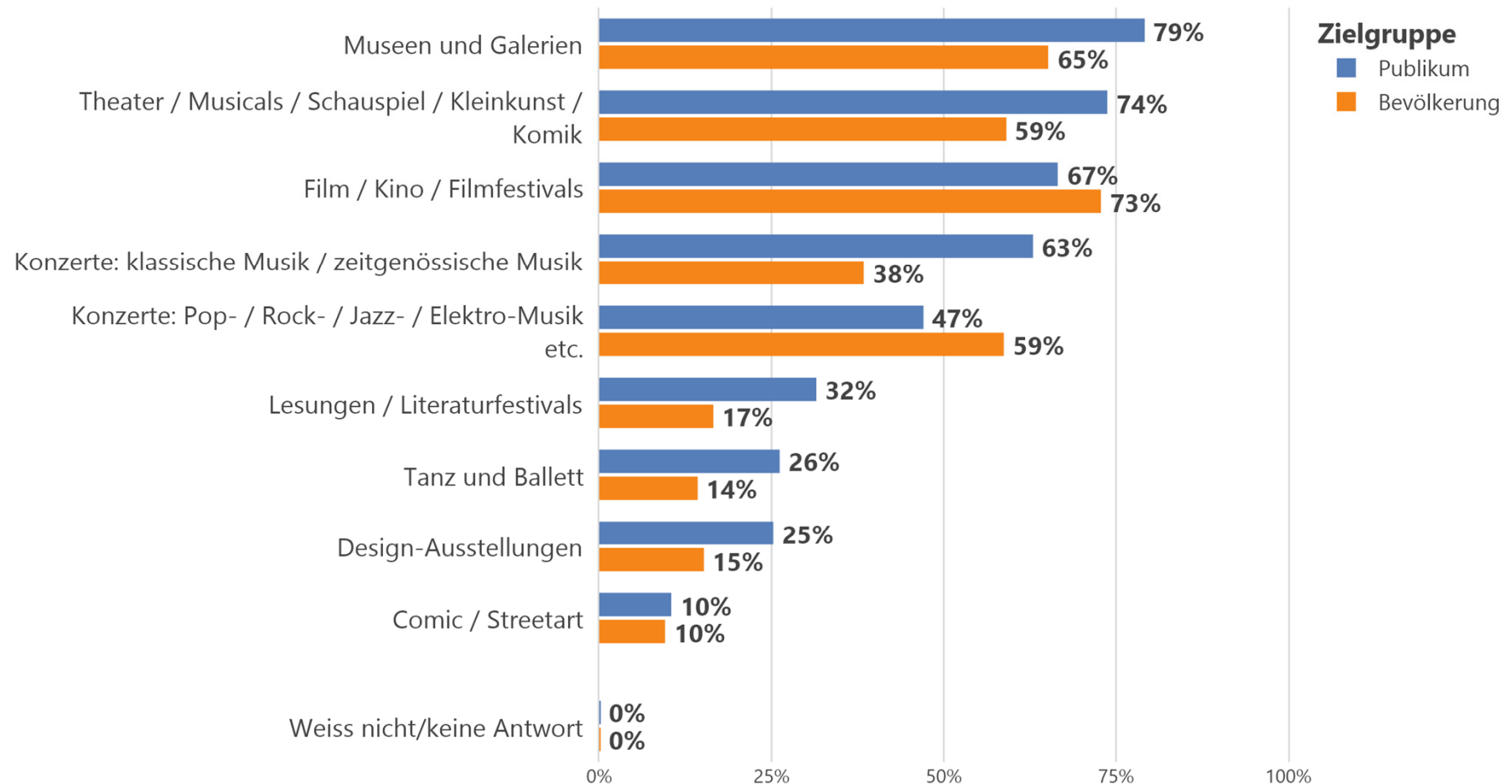
Handlungsempfehlungen

- Winterthur bietet vor allem für Kunst- und Literaturliebhaber*innen sowie für Theater- und Bühnenenthusiast*innen ein qualitativ hochstehendes, vielfältiges und preis-/leistungsgünstiges Angebot und weniger für Film- und Musikfans. Da das Publikum der Kulturstadt Winterthur jedoch überwiegend aus Kunst- und Literaturliebhaber*innen und Theater- und Bühnenenthusiast*innen besteht, sollte versucht werden, die Qualität, die Vielfalt sowie das Preis-/Leistungsverhältnis beizubehalten.
- Um die kulturinteressierte Bevölkerung in der Deutschschweiz besser adressieren zu können, müsste jedoch das Angebot für Film- und Musikfans sowie für jüngere Personen stärker ausgebaut werden.
- Auch die Informationskanäle müssten für die Adressierung der kulturinteressierten Bevölkerung diversifiziert werden: die kulturinteressierte Bevölkerung sucht im Normalfall über eine Internetsuche Informationen zu Kunstveranstaltungen, das Publikum besucht hingegen vor allem die Webseite der jeweiligen Institution.
- Möglicherweise kann mit einem verstärkten Internet-/Social-Media-Auftritt der Kulturstadt Winterthur auch die Bekanntheit der Kunst- und Kulturangebote in Winterthur angehoben werden. Denn mehr als die Hälfte der kulturinteressierten Bevölkerung kennt keine Kunst- und Kulturinstitution oder -veranstaltung in Winterthur.
- Unabhängig von der Zielgruppe sollte der Besuch von Kunst- und Kulturveranstaltungen in Winterthur aber als soziales Erlebnis positioniert werden. Mit (weiteren) Kooperationen mit der Gastronomie in Winterthur kann der Mehrwert eines Besuchs in Winterthur unterstrichen und auf die Bedürfnisse der beiden Zielgruppen eingegangen werden.

Nutzungsverhalten Kunst- und Kulturangebote

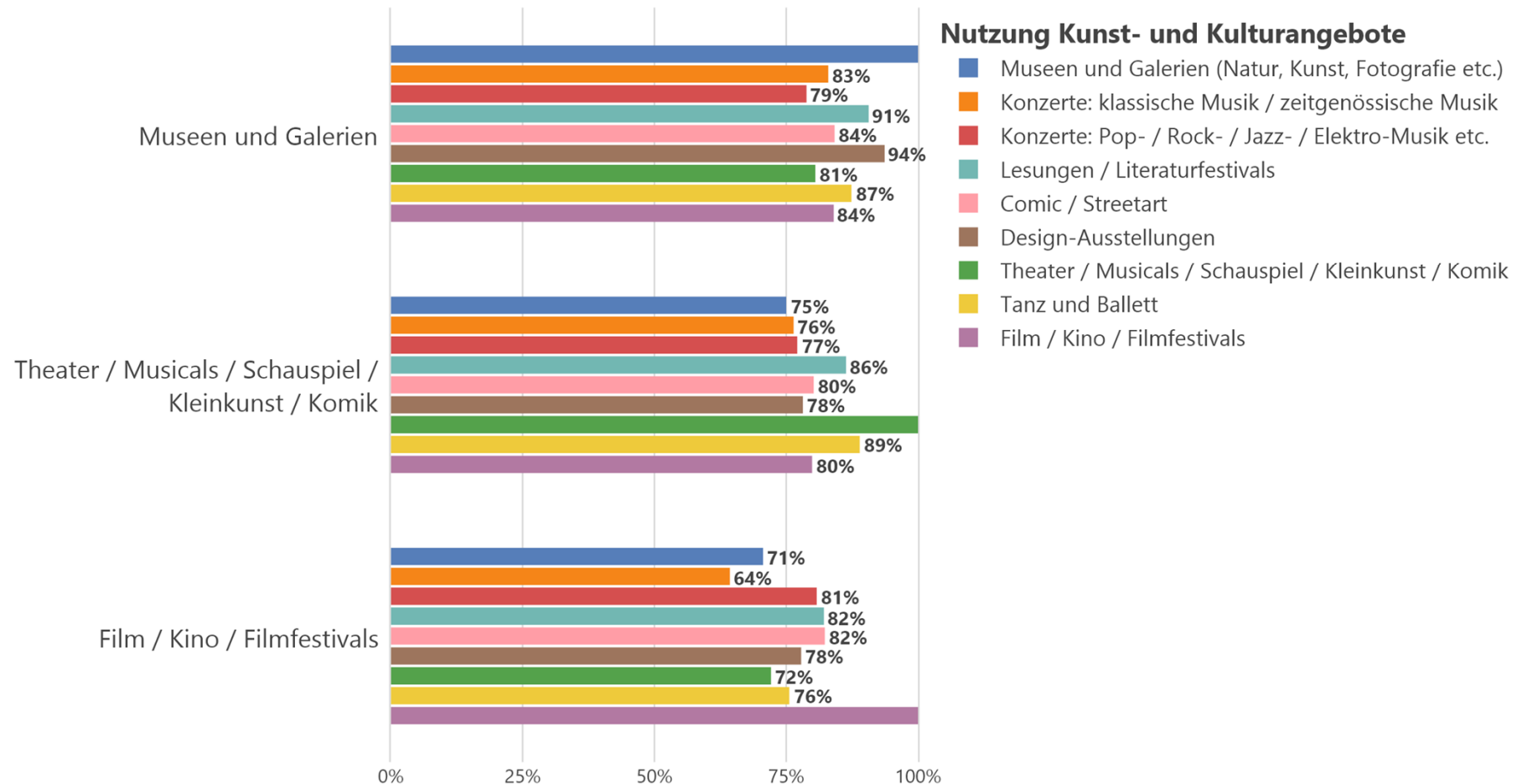
Welche der folgenden Kunst- und Kulturangebote nutzen Sie während eines Jahres?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



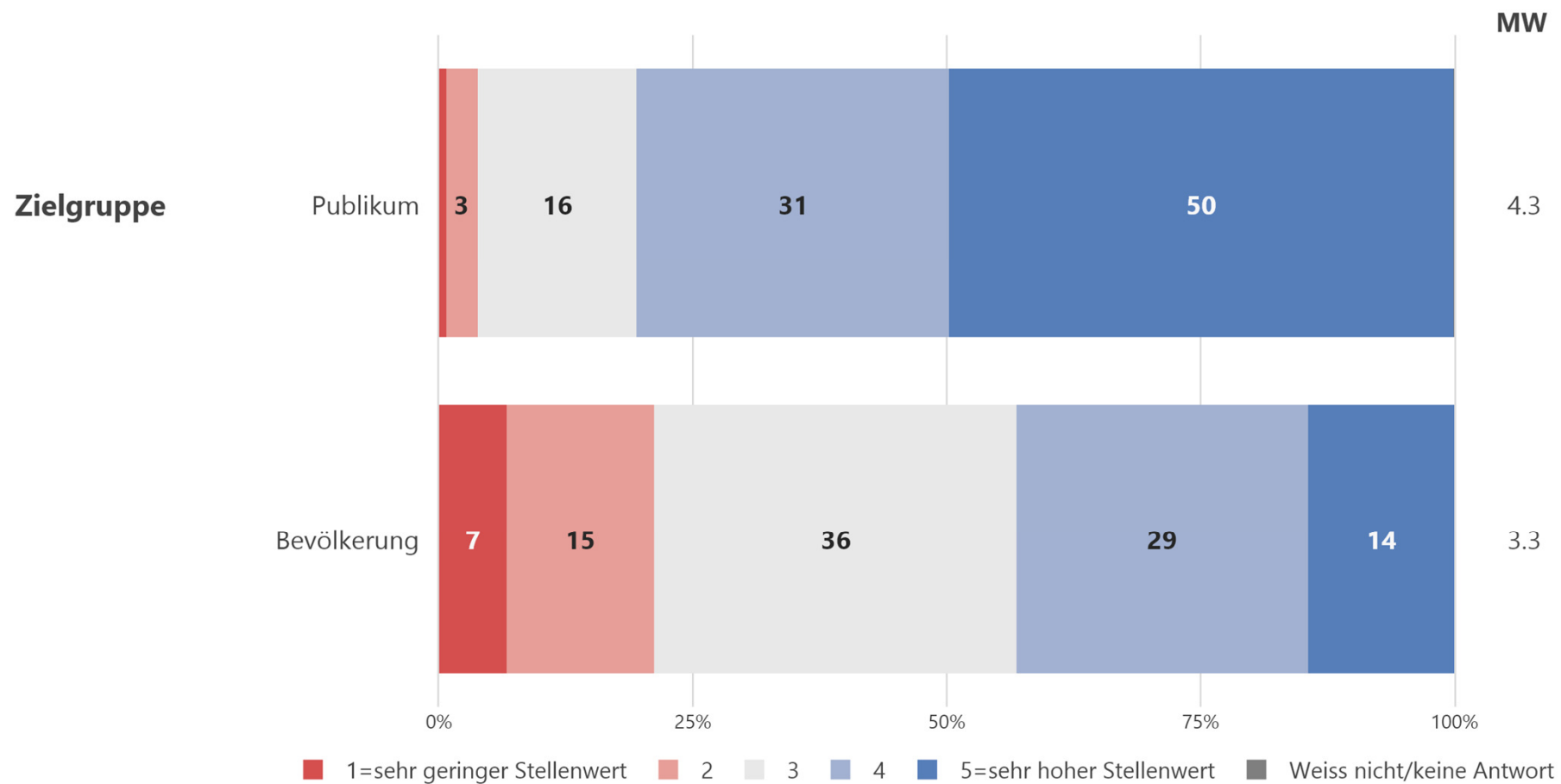
Welche der folgenden Kunst- und Kulturangebote nutzen Sie während eines Jahres?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'628, Top 3 Antworten Publikum



Welchen Stellenwert hat die Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten in Ihrer Freizeitgestaltung?

Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



Nutzungsverhalten Kunst- und Kulturangebote 1/2

Die drei am häufigsten genutzten Kunst- und Kulturangebote sind: Museen und Galerien, Theater / Musicals / Schauspiel / Kleinkunst / Komik und Film / Kino / Filmfestivals. In Bezug auf die Reihenfolge dieser drei Angebote bestehen jedoch Unterschiede zwischen dem Publikum und der kulturinteressierten Bevölkerung.

- Die drei am häufigsten genutzten Kunst- und Kulturangebote sind sowohl beim Publikum der Kulturstadt Winterthur als auch bei der kulturinteressierten Bevölkerung dieselben: Museen und Galerien, Theater / Musicals / Schauspiel / Kleinkunst / Komik und Film / Kino / Filmfestivals. Allerdings unterscheiden sich die beiden Zielgruppen bzgl. der Reihenfolge dieser drei Angebote. Museen und Galerien bilden beim Publikum die am häufigsten genutzte Angebotskategorie (79%), während sie bei der kulturinteressierten Bevölkerung signifikant weniger häufig genutzt wird und dort damit auf dem zweiten Platz landet (65%). Theater / Musicals / Schauspiel / Kleinkunst / Komik folgen beim Publikum (74%) an zweiter Stelle, während sie bei der kulturinteressierten Bevölkerung (59%) auf dem dritten Platz landen. Auch hier ist dieser Unterschied signifikant. Der grösste signifikante Unterschied lässt sich jedoch bei Film / Kino / Filmfestivals feststellen: diese Kategorie wird vom Publikum (67%) am dritthäufigsten genutzt, während es bei der kulturinteressierten Bevölkerung (73%) die am häufigsten konsumierte Kategorie ist. Ebenfalls besucht die kulturinteressierte Bevölkerung (59%) signifikant häufiger Pop- / Rock- / Jazz- / Elektro-Musik-Konzerte als dies das Publikum der Kulturstadt Winterthur tut (47%).

Das Publikum der Kulturstadt Winterthur lässt sich grob in drei Nutzungskategorien einteilen: Kunst- und Literaturliebhaber*innen, Bühnen- und Tanz-Enthusiast*innen sowie Film- und Musikfans.

- Wird die Frage mit sich selbst gekreuzt, können Aussagen zu überschneidenden Nutzungen gemacht werden. In Bezug auf das Publikum lässt sich so feststellen, dass die Personengruppe, welche Museen und Galerien besucht, am häufigsten aus Personen zusammensetzt, welche auch Lesungen / Literaturfestivals und/oder Design-Ausstellungen besuchen. Diejenigen, welche Theater / Musicals / Schauspiel / Kleinkunst / Komik nutzen, konsumieren hingegen am häufigsten auch Tanz- und Ballett-Aufführungen. Und bei den Film / Kino / Filmfestival-Besuchenden ist die Schnittmenge bei den Pop- / Rock- / Jazz- / Elektro-Musik-Konzertbesuchenden am höchsten. Grob zusammengefasst können so drei Gruppen von Kunst- und Kulturnutzenden beschrieben werden: die erste Gruppe konsumiert Museen, (Design-)Galerien und Lesungen / Literatur(-festivals) und könnte somit als Kunst- und Literaturliebhaber*innen beschrieben werden. Die zweite Gruppe nutzt hingegen vor allem Theater / Musicals / Schauspiel / Kleinkunst / Komik und Tanz- und Ballett-Aufführungen und könnte somit als Bühnen- und Tanz-Enthusiast*innen zusammengefasst werden. Die dritte Gruppe konsumiert dann hingegen überwiegend Film / Kino / Filmfestival oder Pop- / Rock- / Jazz- / Elektro-Musik-Konzerte, womit diese Gruppe zusammengefasst als Film- und Musikfans beschrieben werden könnte.

Nutzungsverhalten Kunst- und Kulturangebote 2/2

Auch in der kulturinteressierten Bevölkerung lassen sich die drei Gruppen Kunst- und Literaturliebhaber*innen, Bühnen- und Tanz-Enthusiast*innen sowie Film- und Musikfans finden, allerdings sind hier die Film- und Musikfans deutlich häufiger vertreten als im Publikum.

- Auch bei der kulturinteressierten Bevölkerung lassen sich Überschneidungen in der Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten finden. Personen, welche Film / Kino / Filmfestivals besuchen, besuchen oft auch Pop - / Rock- / Jazz- / Elektro-Musik-Konzerte und/oder Comic / Streetart und/oder Tanz- und Ballett-Aufführungen. Personen, welche Museen und Galerien besuchen, gehen hingegen oft auch an klassische / zeitgenössische Konzerte und/oder Lesungen / Literaturfestivals und/oder Design-Ausstellungen. Und Personen, welche Theater / Musicals / Schauspiel / Kleinkunst / Komik konsumieren, sind oft auch Personen, welche Tanz- und Ballett-Aufführungen besuchen. Somit kann auch die kulturinteressierte Bevölkerung in die drei groben Kategorien, welche bereits beim Publikum der Kulturstadt Winterthur charakterisiert wurden, eingeteilt werden: Film- und Musikfans, Kunst- und Literaturliebhaber*innen und Bühnen- und Tanz-Enthusiast*innen.
- Unter Einbezug der vorhin erläuterten signifikanten Unterschiede zwischen dem Publikum und der kulturinteressierten Bevölkerung in der Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten allgemein, kann ausserdem festgehalten werden, dass die Gruppe der Kunst- und Literaturliebhaber*innen sowie die Gruppe der Bühnen- und Tanz-Enthusiast*innen im Publikum signifikant grösser sind als in der Bevölkerung, während in der Bevölkerung die Gruppe der Film- und Musikfans signifikant grösser ist.

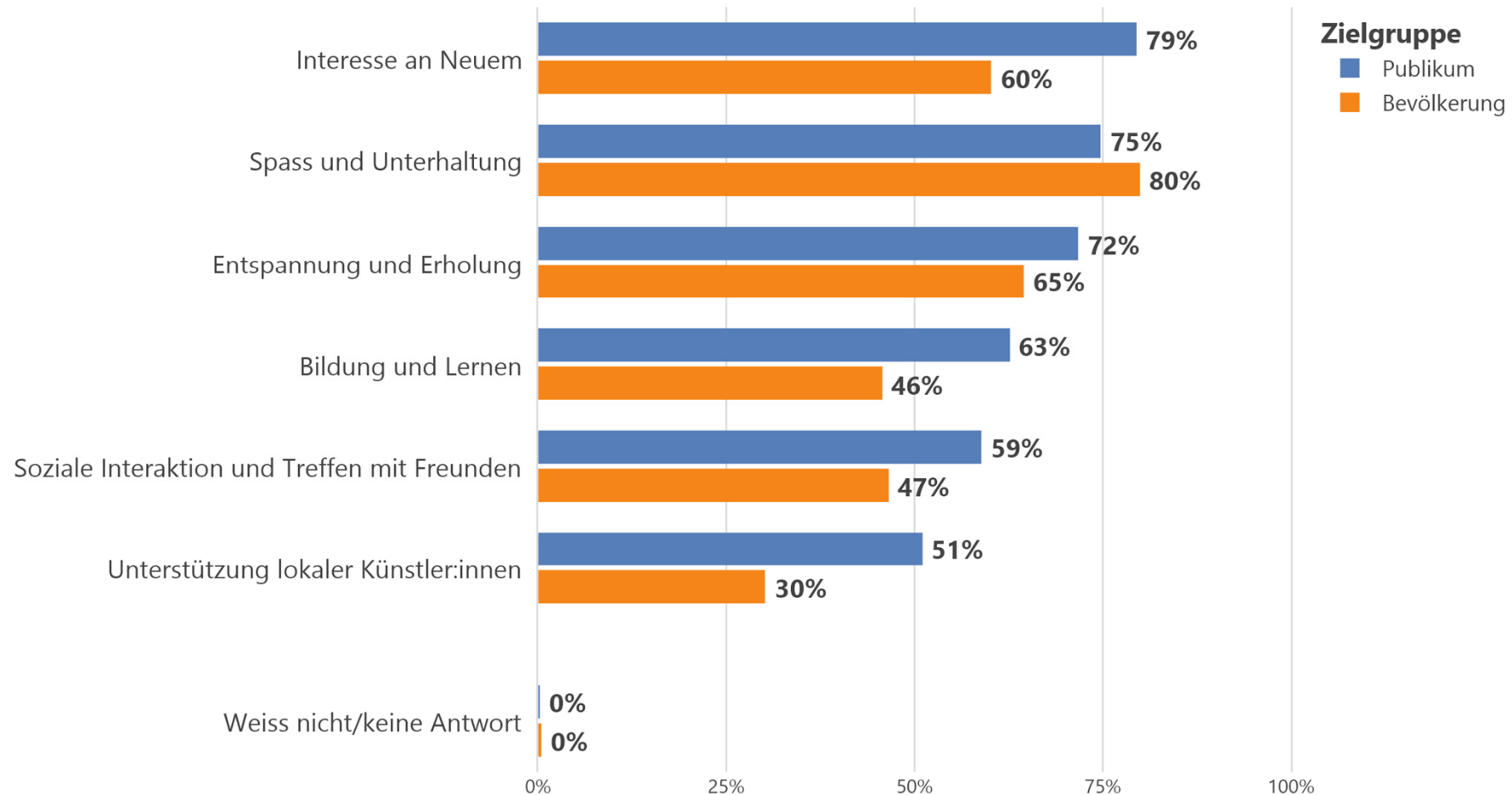
Die Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten in der Freizeitgestaltung hat beim Publikum der Kulturstadt Winterthur einen signifikant höheren Stellenwert als bei der kulturinteressierten Bevölkerung.

- Für 81% des befragten Publikums der Kulturstadt Winterthur hat die Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten in ihrer Freizeitgestaltung einen (sehr) hohen Stellenwert. Im Vergleich dazu sind es bei der kulturinteressierten Bevölkerung nur 43%, bei denen die Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten einen (sehr) hohen Stellenwert hat. Für das Publikum resultiert aus diesen Antworten ein Mittelwert von 4.3 auf einer Skala von 1=sehr geringer Stellenwert bis 5=sehr hoher Stellenwert, bei der kulturinteressierten Bevölkerung liegt dieser Wert hingegen mit 3.3 signifikant tiefer.
- Beim Publikum ist die Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten in der Freizeitgestaltung vor allem für Personen sehr wichtig, welche Lesungen / Literaturfestivals besuchen (MW 4.5). Aber auch bei Personen, welche Designausstellungen und/oder Tanz- und Ballett-Aufführungen besuchen (MW je 4.5), hat dies einen hohen Stellenwert. Vergleichsweise tief ist der Stellenwert der Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten in der Freizeitgestaltung hingegen bei Personen, welche Museen und Galerien und/oder Pop- / Rock- / Jazz- / Elektro-Musik-Konzerte und/oder Theater / Musical / Schauspiel / Kleinkunst / Komik und/oder Film / Kino / Filmfestivals (MW je 4.3) besuchen. Dieser Unterschied in den Mittelwerten ist dann auch signifikant.

Konsum von Kultur - Allgemein

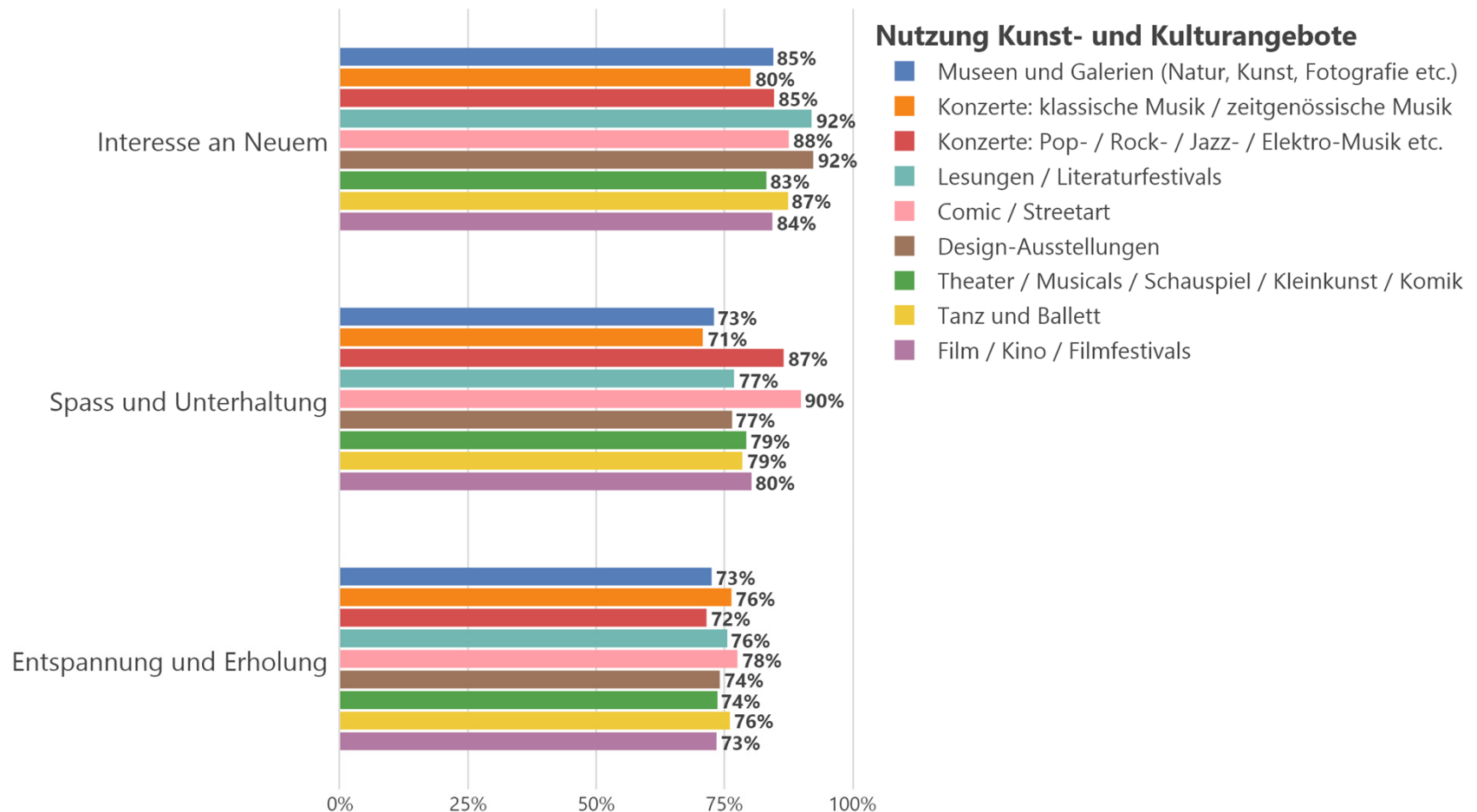
Aus welchen Gründen nutzen Sie Kunst- und Kulturangebote?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



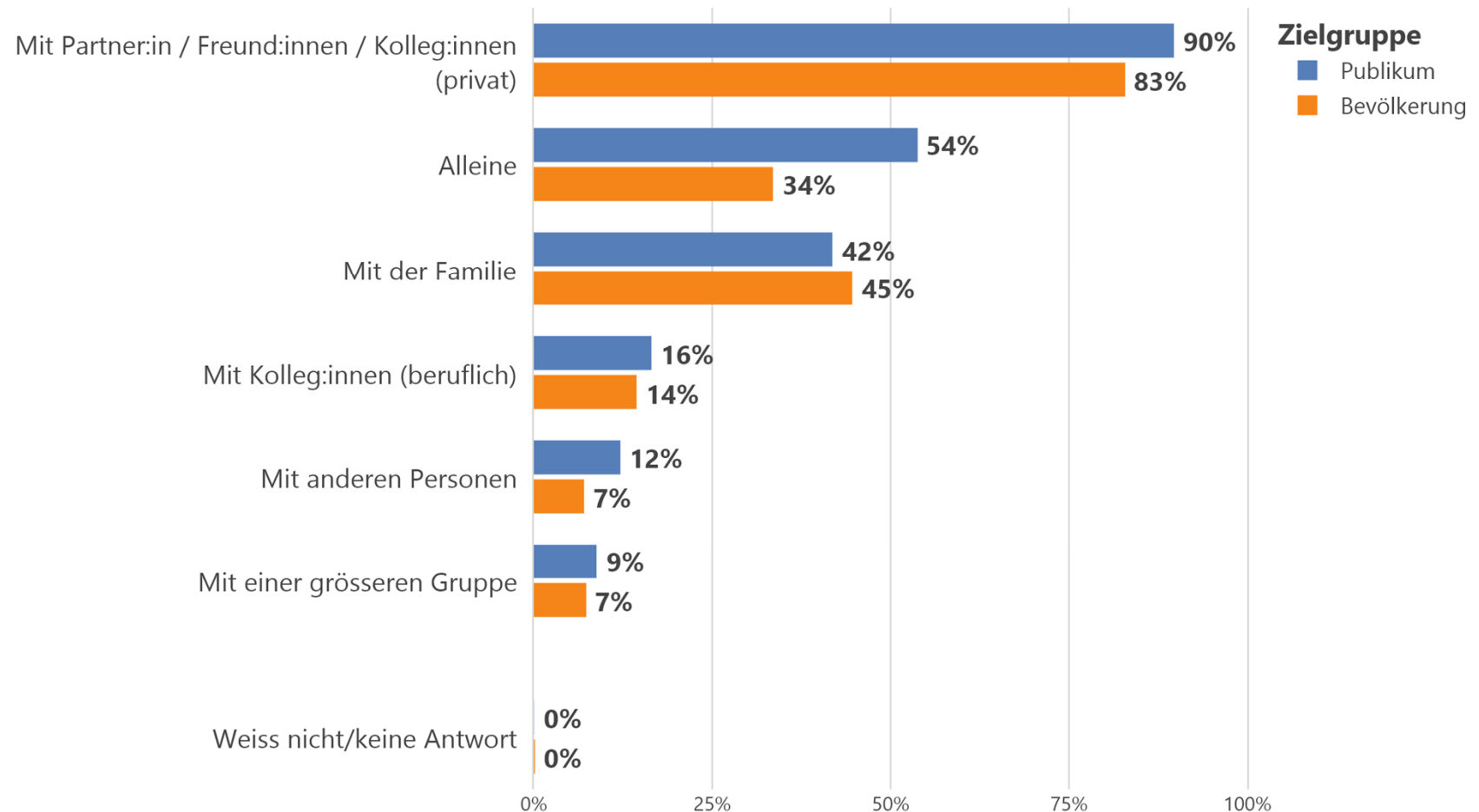
Aus welchen Gründen nutzen Sie Kunst- und Kulturangebote?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'628, Top 3 Antworten Publikum



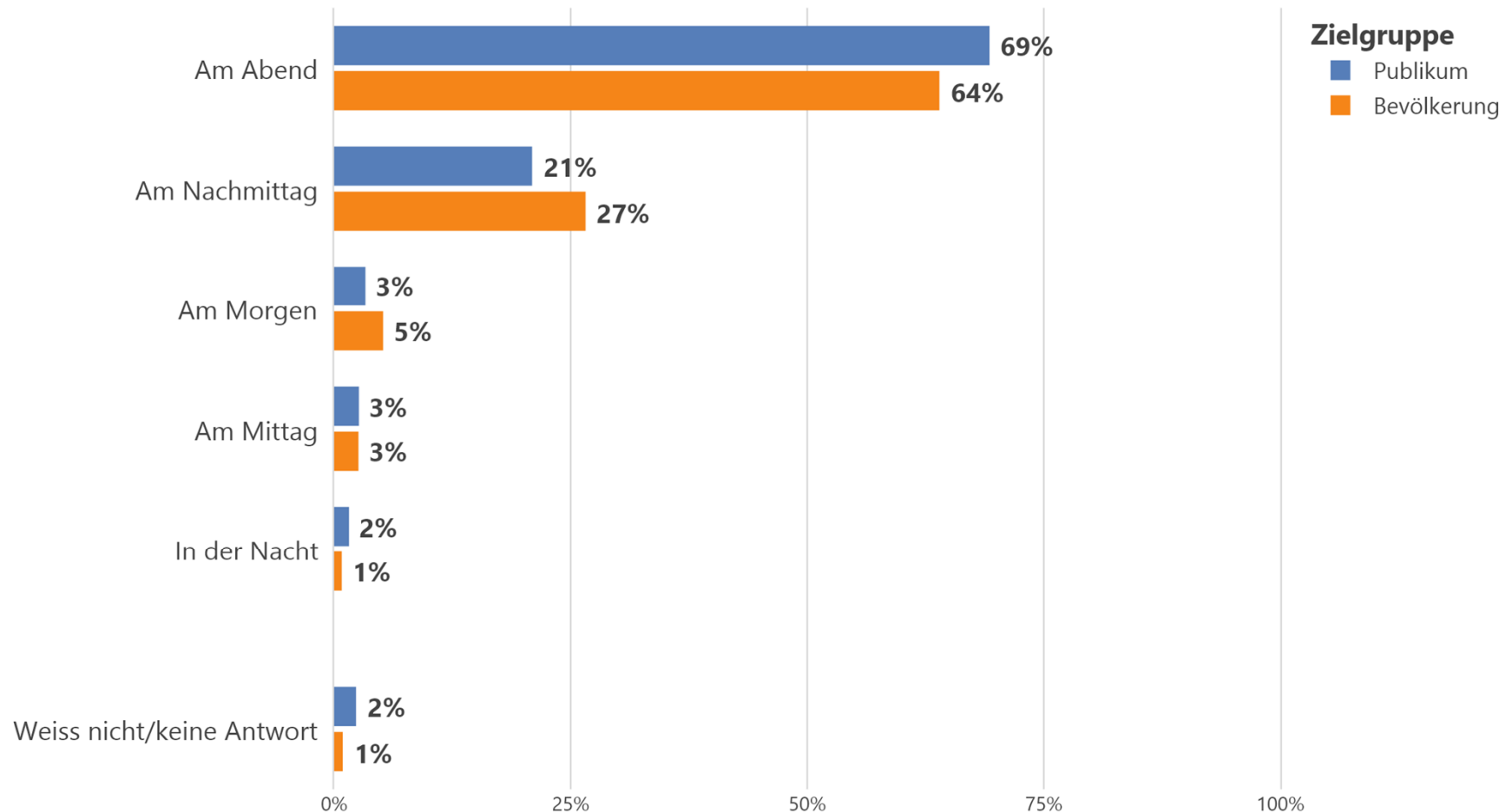
Mit wem besuchen Sie Kunst- und Kulturveranstaltungen normalerweise?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



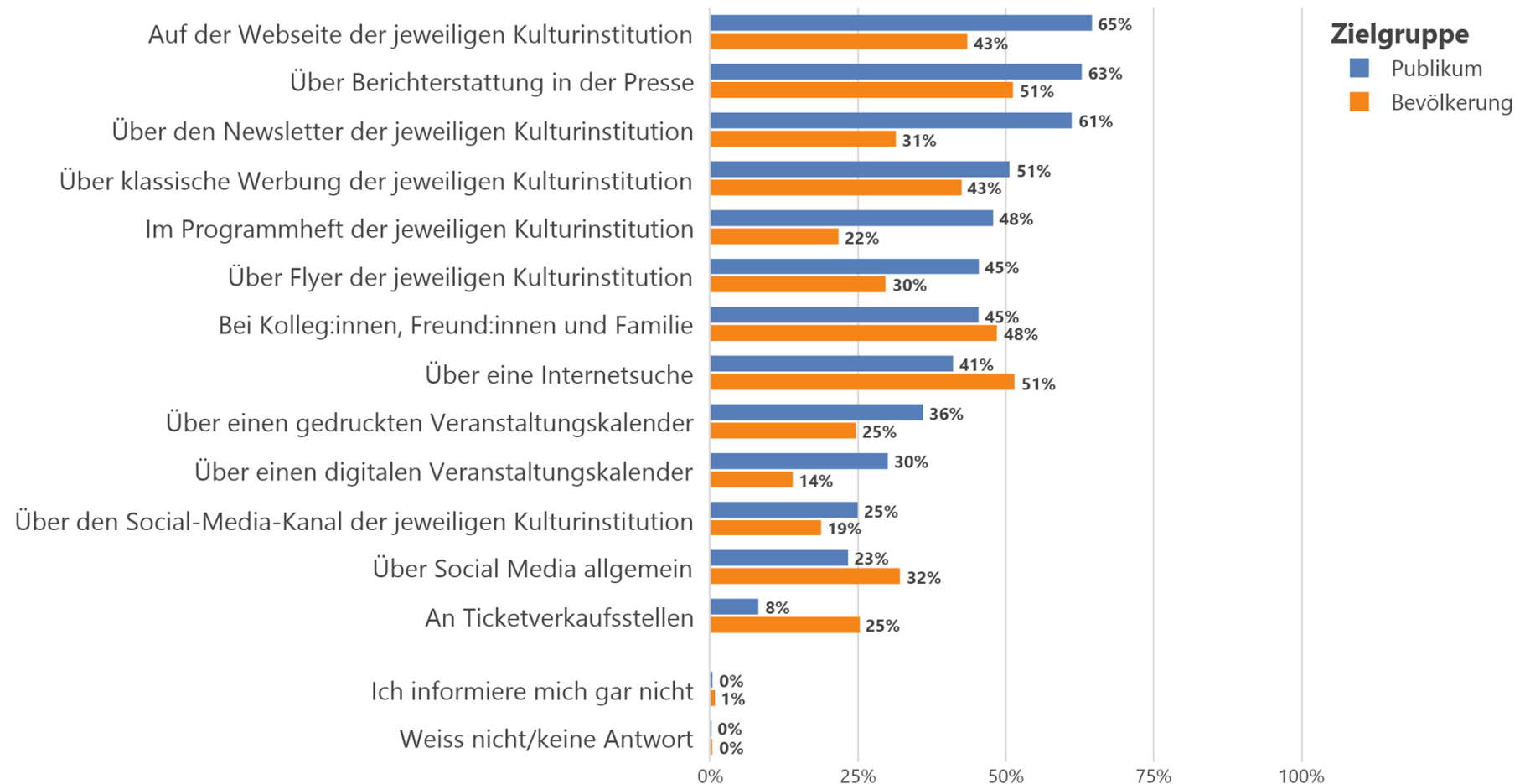
Bitte denken Sie bei der folgenden Frage unabhängig vom existierenden Kunst- und Kulturangebot. Welches wäre unter der Woche Ihre bevorzugte Tageszeit, um Kunst- und Kulturveranstaltungen zu besuchen?

Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



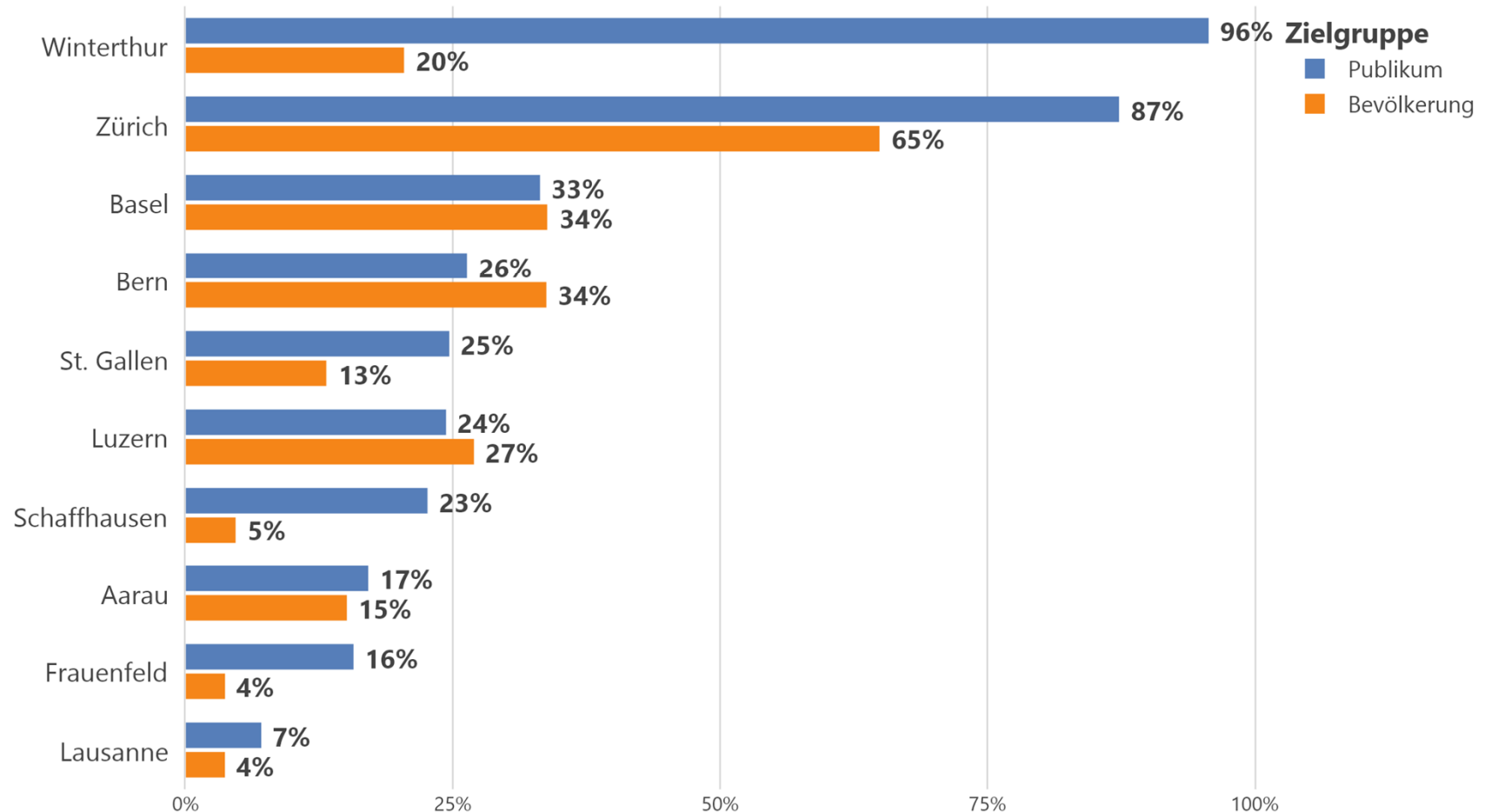
Wo informieren Sie sich im Normalfall über Kunst- und Kulturangebote?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



In welchen der folgenden Städte besuchen Sie während eines Jahres Kulturveranstaltungen?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106, Top 10 Antworten
Publikum



Konsum von Kultur – allgemein 1/3

Das Publikum der Kulturstadt Winterthur konsumiert Kultur am häufigsten aus Interesse an Neuem, während es der kulturinteressierten Bevölkerung vor allem um Spass und Unterhaltung geht.

- In Bezug auf die Nutzungsgründe von Kunst- und Kulturangeboten zeigt sich dann ein ähnliches Bild wie bei der Nutzung von verschiedenen Kunst- und Kulturangeboten. So sind die drei häufigsten Nutzungsgründe in beiden Zielgruppen zwar deckungsgleich, allerdings lassen sich auch hier wieder Unterschiede in der Reihenfolge feststellen. Für das Publikum ist der wichtigste Grund, weshalb Kunst- und Kulturangebote genutzt werden, das Interesse an Neuem (79%). An zweiter Stelle folgen beim Publikum dann Spass und Unterhaltung (75%) und an dritter Stelle die Entspannung und Erholung (72%). Für die kulturinteressierte Bevölkerung sind hingegen Spass und Unterhaltung (80%) mit Abstand die Hauptgründe für die Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten. Mit deutlichem Abstand folgen dann Entspannung und Erholung (65%) sowie das Interesse an Neuem (60%) auf den Plätzen zwei und drei. Die Unterschiede zwischen dem Publikum und der kulturinteressierten Bevölkerung sind dann auch hier wieder signifikant: das Publikum nutzt Kunst- und Kulturangebote signifikant häufiger aus Interesse an Neuem und/oder zur Entspannung und Erholung, während die kulturinteressierte Bevölkerung dies signifikant häufiger für Spass und Unterhaltung tut.
- Für das Publikum lassen sich ausserdem interessante Zusammenhänge zwischen dem Nutzungsgrund und der Art von Kunst und Kultur, welche genutzt wird, feststellen: so ist z.B. das Interesse an Neuem vor allem für Personen wichtig, welche Lesungen / Literaturfestivals und/oder Design-Ausstellungen besuchen. Hingegen stehen Spass und Unterhaltung vor allem bei Personen im Vordergrund, welche Pop- / Rock- / Jazz- / Elektro-Musik-Konzerte und/oder Comic / Streetart konsumieren.

Sowohl das Publikum als auch die kulturinteressierte Bevölkerung besucht Kunst- und Kulturveranstaltungen am häufigsten mit der/dem Partner:in / Freund:innen oder privaten Kolleg:innen.

- Unabhängig von der Zielgruppe werden Kunst- und Kulturveranstaltungen am häufigsten mit der/dem Partner:in / Freund:innen / Kolleg:innen (privat) besucht (Publikum: 90%; Bevölkerung: 83%). Ebenfalls häufig werden Kunst- und Kulturveranstaltungen in beiden Zielgruppen mit der Familie besucht (Publikum: 42%; Bevölkerung: 45%). Allerdings gehen beim Publikum (54%) signifikant mehr Personen auch alleine an solche Veranstaltungen als dies bei der kulturinteressierten Bevölkerung (34%) der Fall ist. Beim Publikum steigt der Anteil derjenigen, die alleine solche Veranstaltungen besuchen, proportional zur Besuchshäufigkeit von Kunst- und Kulturveranstaltungen (0-5 Mal/Jahr: 37%; 6-9 Mal/Jahr: 43%; 10-12 Mal/Jahr: 55%; 12+ Mal/Jahr: 67%).

Konsum von Kultur – allgemein 2/3

Die beliebteste Tageszeit, um Kunst- und Kulturveranstaltungen zu besuchen, ist der Abend.

- Wenn die Tageszeit, um Kunst- und Kulturveranstaltungen zu besuchen, frei vom existierenden Angebot gewählt werden könnte, würde sowohl das Publikum (69%) als auch die kulturinteressierte Bevölkerung (64%) am liebsten am Abend solche Veranstaltungen besuchen. Am zweitliebsten wäre es ihnen dann, wenn solche Veranstaltungen am Nachmittag besucht werden könnten (Publikum: 21%; Bevölkerung: 27%). Die anderen Tageszeiten finden hingegen kaum Anklang. Auch wenn die Reihenfolge der bevorzugten Tageszeiten in beiden Gruppen gleich ist, so lassen sich doch auch signifikante Unterschiede feststellen: das Publikum gibt signifikant häufiger als die kulturinteressierte Bevölkerung an, Kunst- und Kulturveranstaltungen am liebsten am Abend zu besuchen, während die kulturinteressierte Bevölkerung signifikant häufiger den Nachmittag dafür favorisiert.
- In Bezug auf das Publikum lassen sich ausserdem signifikante Unterschiede nach Art der besuchten Kunst- und Kulturveranstaltungen feststellen. So wird der Abend vor allem von Personen bevorzugt, welche Pop- / Rock- / Jazz- / Elektro-Musik-Konzerte und/oder Theater / Musicals / Schauspiel / Kleinkunst / Komik besuchen.

Das Publikum und die kulturinteressierte Bevölkerung unterscheiden sich signifikant in ihrem Informationsverhalten.

- Das Publikum der Kulturstadt Winterthur informiert sich am häufigsten auf der Webseite der jeweiligen Kulturinstitution (65%). Die kulturinteressierte Bevölkerung holt sich im Normalfall hingegen über eine Internetsuche (51%) Informationen über Kunst- und Kulturangebote. Bei beiden Zielgruppen folgt dann jedoch die Berichterstattung in der Presse als zweit wichtigste Informationsquelle (Publikum: 63%; Bevölkerung: 51%). Für das Publikum beinhaltet dann der Newsletter der jeweiligen Kulturinstitution (61%) wichtige Informationen, während sich die kulturinteressierte Bevölkerung am dritthäufigsten bei Kolleg:innen, Freund:innen und der Familie (48%) informiert. Für das Publikum haben Ticketverkaufsstellen (8%) am wenigsten Relevanz, wenn es um die Informationsbeschaffung geht, bei der kulturinteressierten Bevölkerung trifft dies hingegen am ehesten auf digitale Veranstaltungskalender (14%) zu. Sowohl beim Publikum (0%) als auch bei der kulturinteressierten Bevölkerung (1%) gibt es kaum Personen, welche angeben, sich gar nicht zu informieren.
- Fast alle Unterschiede im Informationsverhalten des Publikums und der kulturinteressierten Bevölkerung sind signifikant. Einzig bei der Information über Kolleg:innen, Freund:innen und der Familie unterscheiden sich die beiden Gruppen nicht signifikant voneinander (Publikum: 45%; Bevölkerung: 48%), womit diese die einzige inhaltliche Kategorie ist, bei der kein signifikanter Unterschied festgestellt werden kann.

Konsum von Kultur – allgemein 3/3

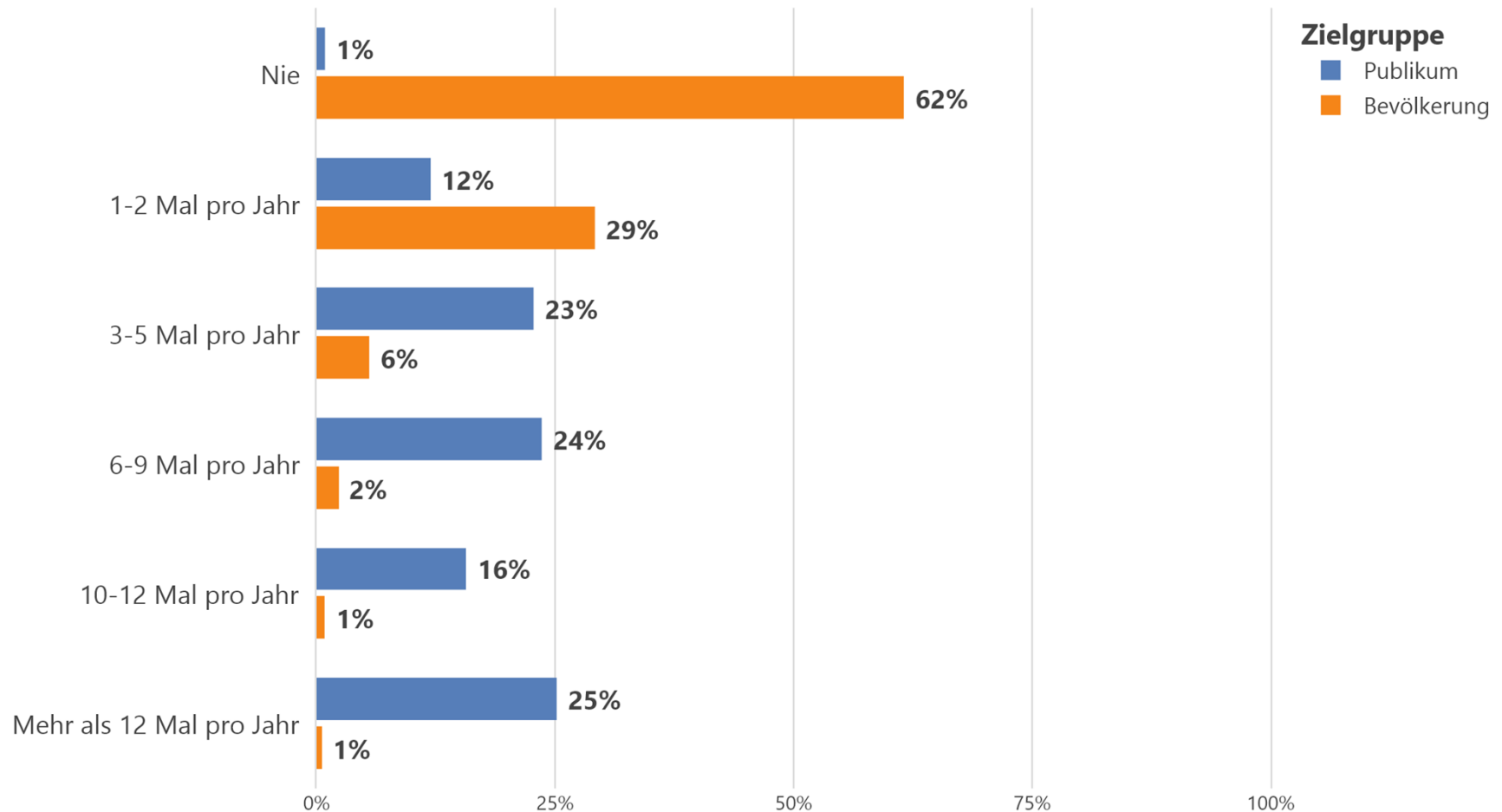
Das Publikum der Kulturstadt Winterthur besucht mit Abstand am häufigsten in Winterthur Kulturveranstaltungen, während die kulturinteressierte Bevölkerung hierfür am häufigsten nach Zürich geht.

- Das Publikum der Kulturstadt Winterthur gibt wenig überraschend am häufigsten an, während eines Jahres vor allem in Winterthur (95%) Kulturveranstaltungen zu besuchen. An zweiter Stelle folgt beim Publikum dann Zürich (87%) und mit deutlichem Abstand liegt Basel (33%) dann auf dem dritten Platz. Die kulturinteressierte Bevölkerung geht hingegen am häufigsten nach Zürich (65%), um Kulturveranstaltungen zu besuchen. Hier zeigt sich dann zum zweiten Platz bereits ein deutlicher Abstand, wobei dieser gleich durch zwei Städte belegt wird: Basel und Bern (je 34%). Auf Platz drei folgt dann Luzern (27%).

Konsum von Kultur in Winterthur

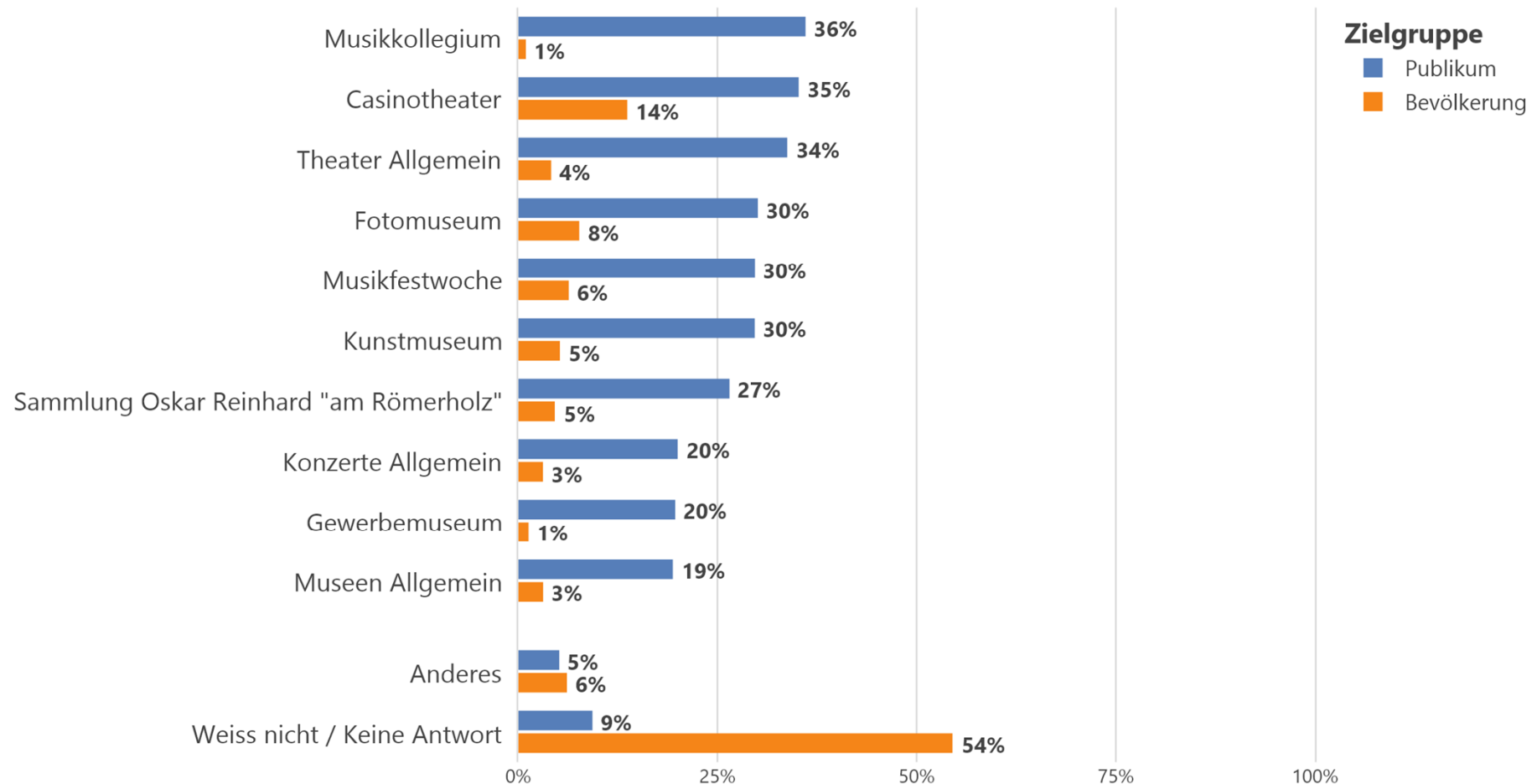
Wie oft besuchen Sie während eines Jahres Kunst- und Kulturveranstaltungen in Winterthur?

Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



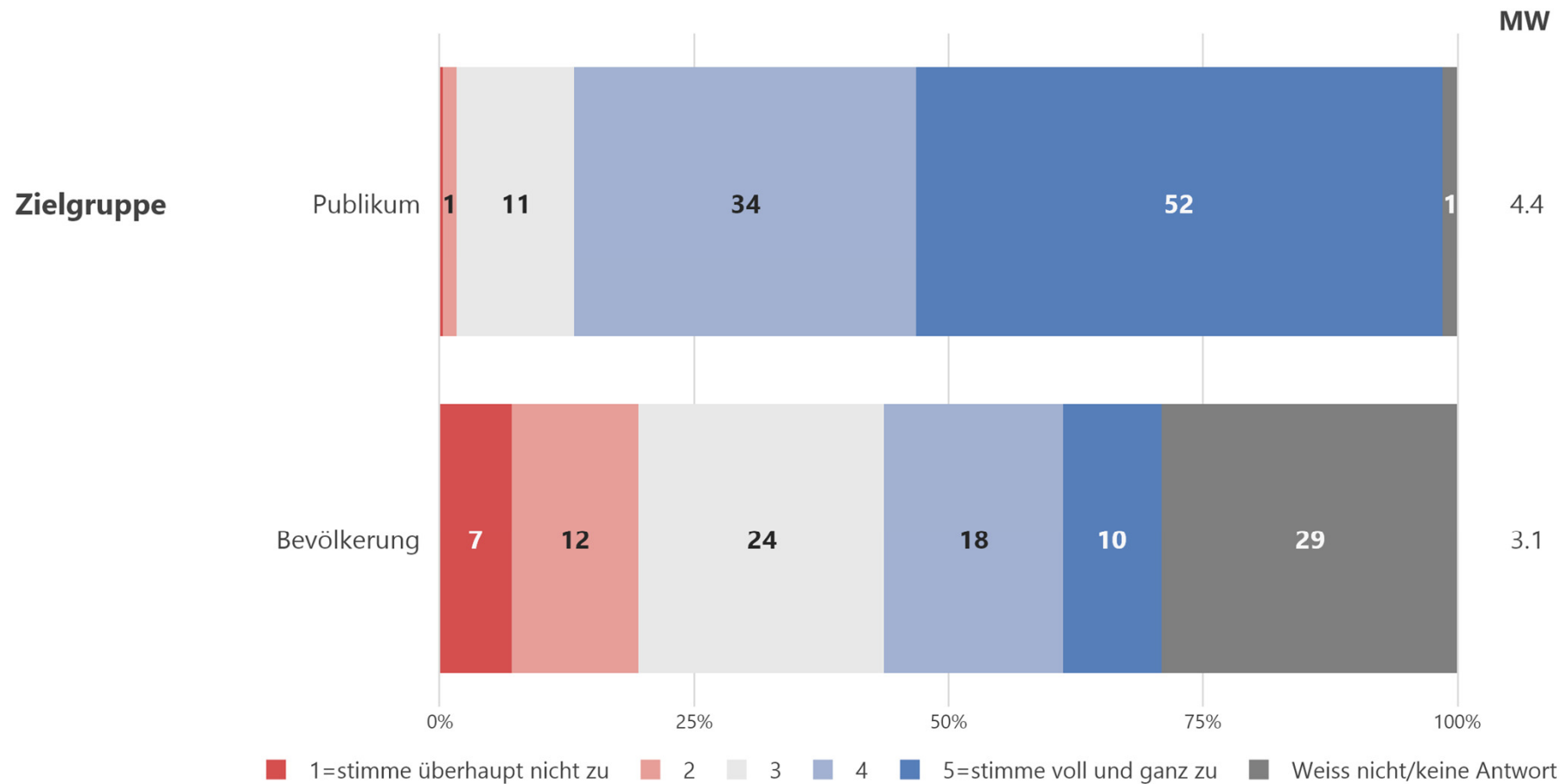
Bitte denken Sie nun an Kunst- und Kulturinstitutionen und -veranstaltungen in Winterthur. Welche fallen Ihnen spontan ein?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106, Top 10 Antworten
Publikum



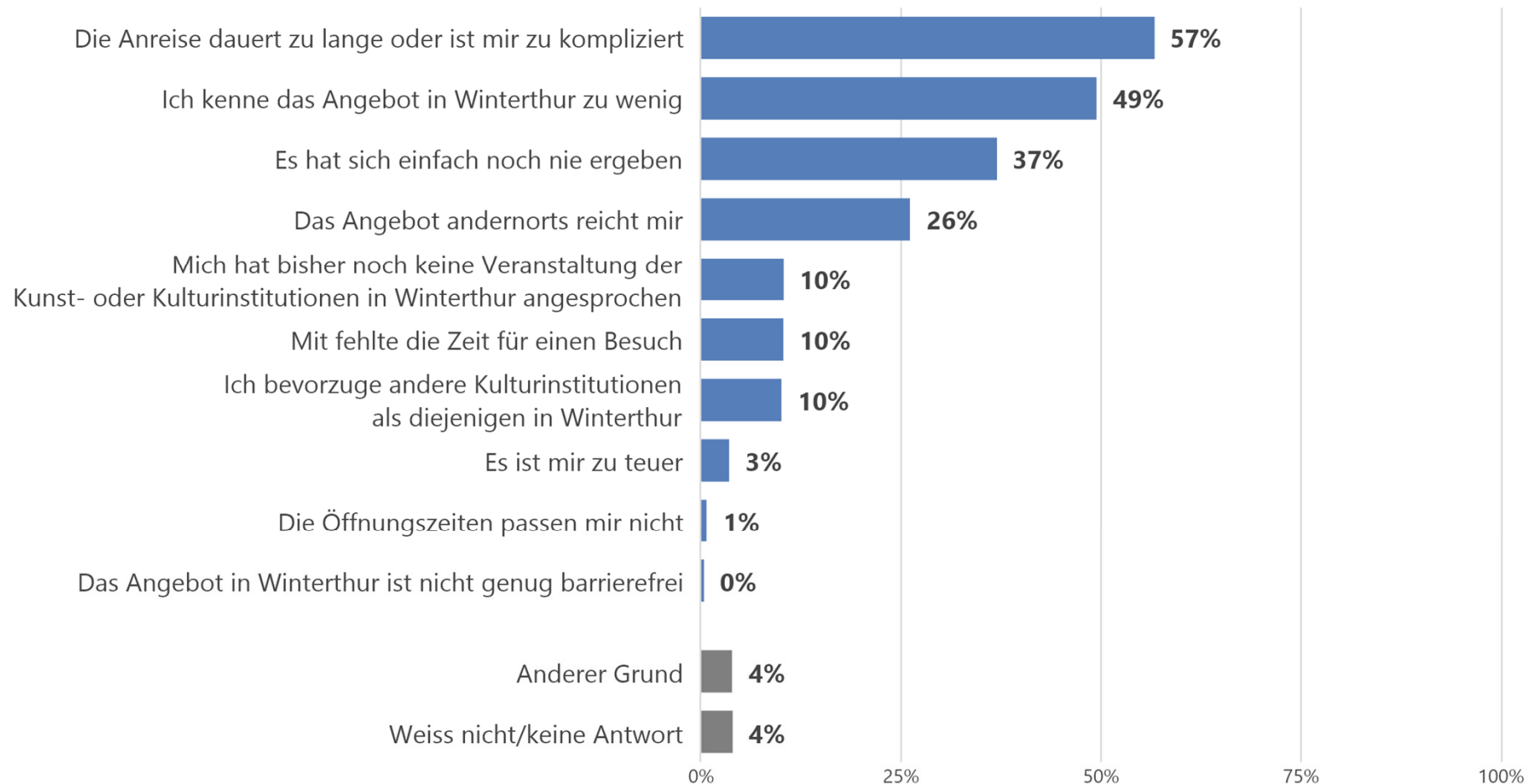
Wie sehr stimmen Sie der folgenden Aussage zu? Ich nehme Winterthur als eine Stadt mit einem breiten Kulturangebot wahr.

Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



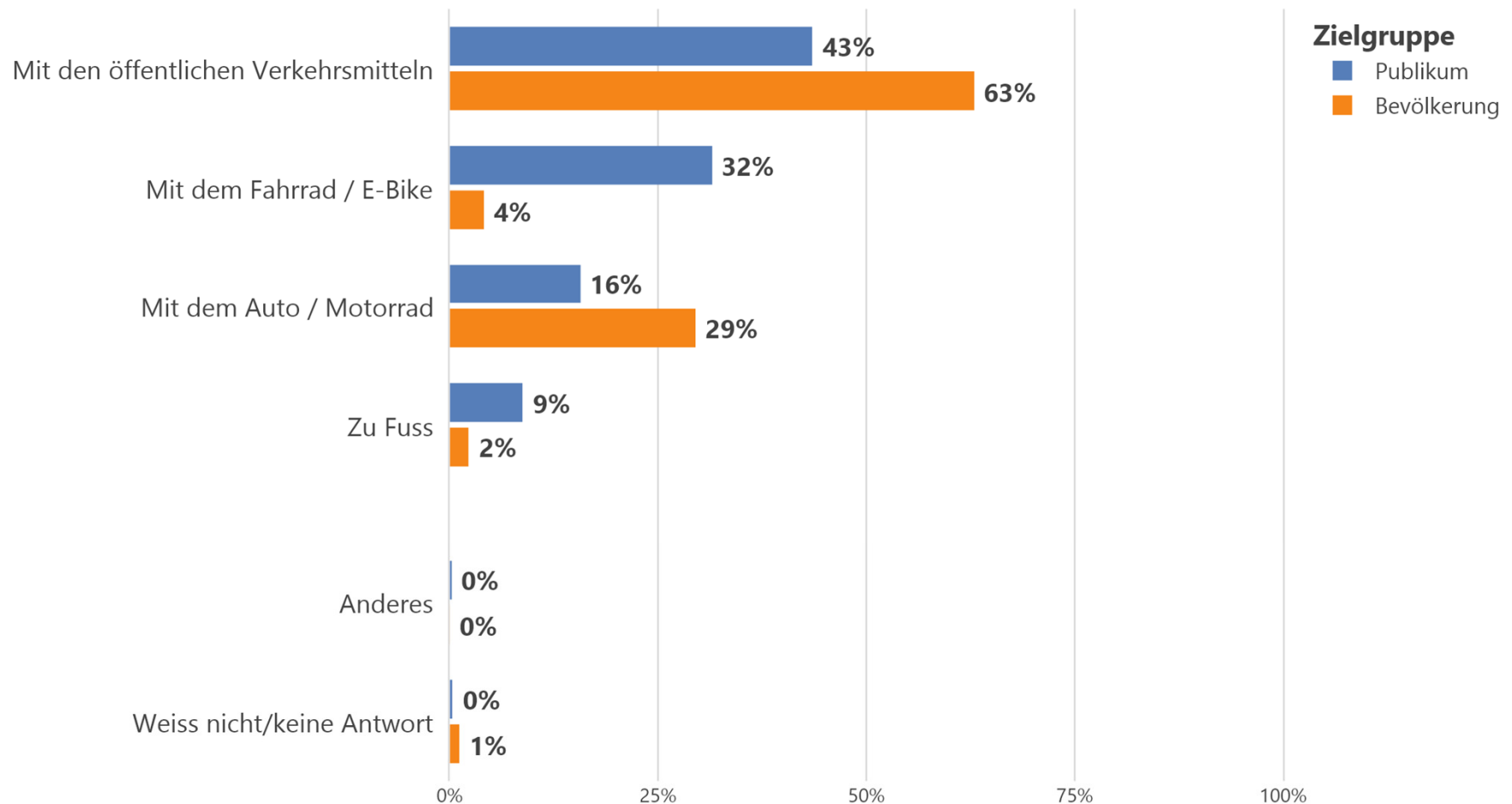
Wieso haben Sie bisher noch keine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur besucht?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N = 713 (davon 32 aus dem Publikum und 681 aus der Bevölkerung), Filter= Falls noch nie eine Veranstaltung in Winterthur besucht wurde



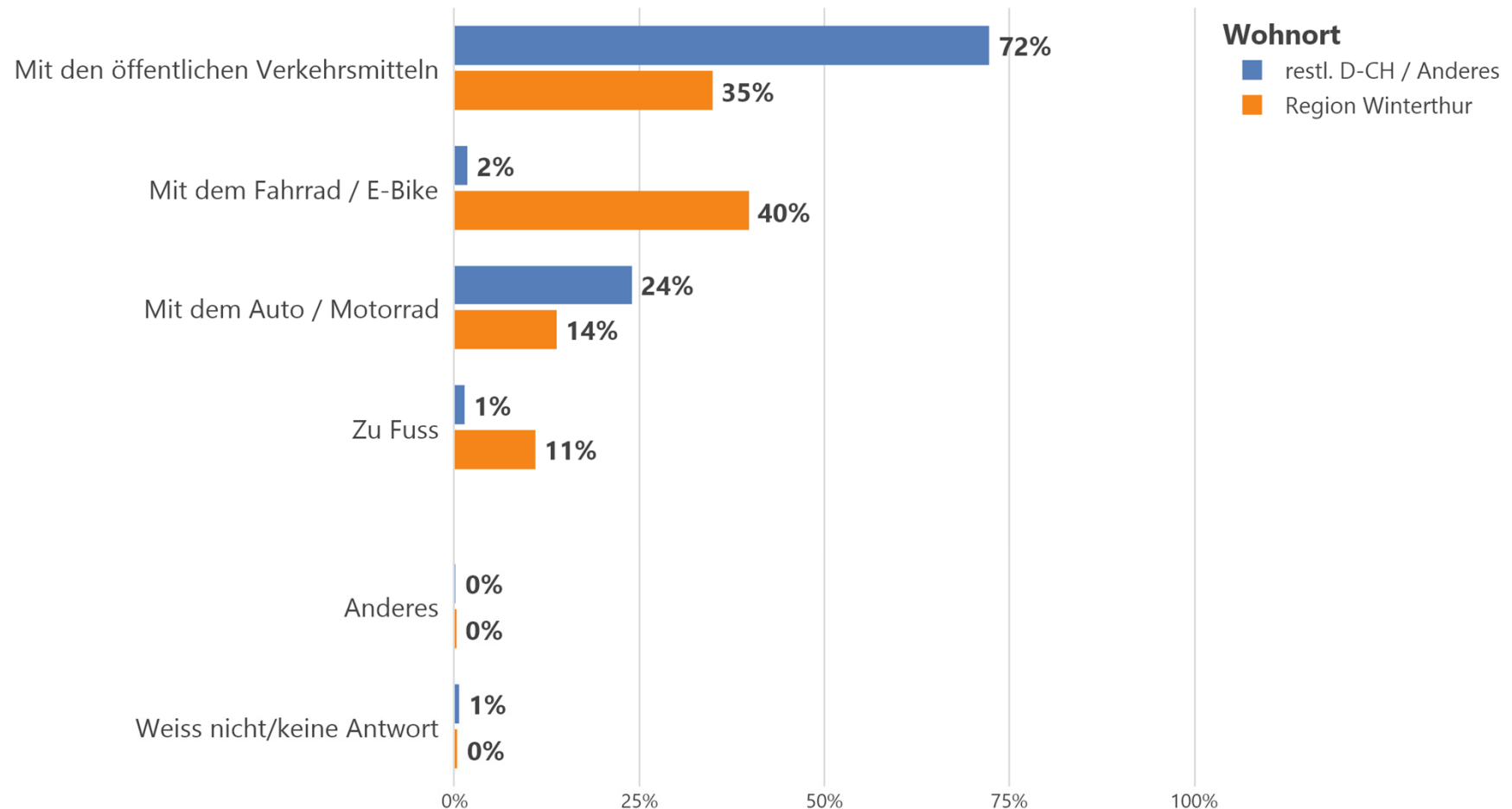
Mit welchem Verkehrsmittel reisen Sie im Normalfall zu Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur an?

Angaben in Prozent, N Publikum = 3'596, N Bevölkerung = 425, Filter= Falls mind. 1-2 Mal pro Jahr eine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur besucht wird



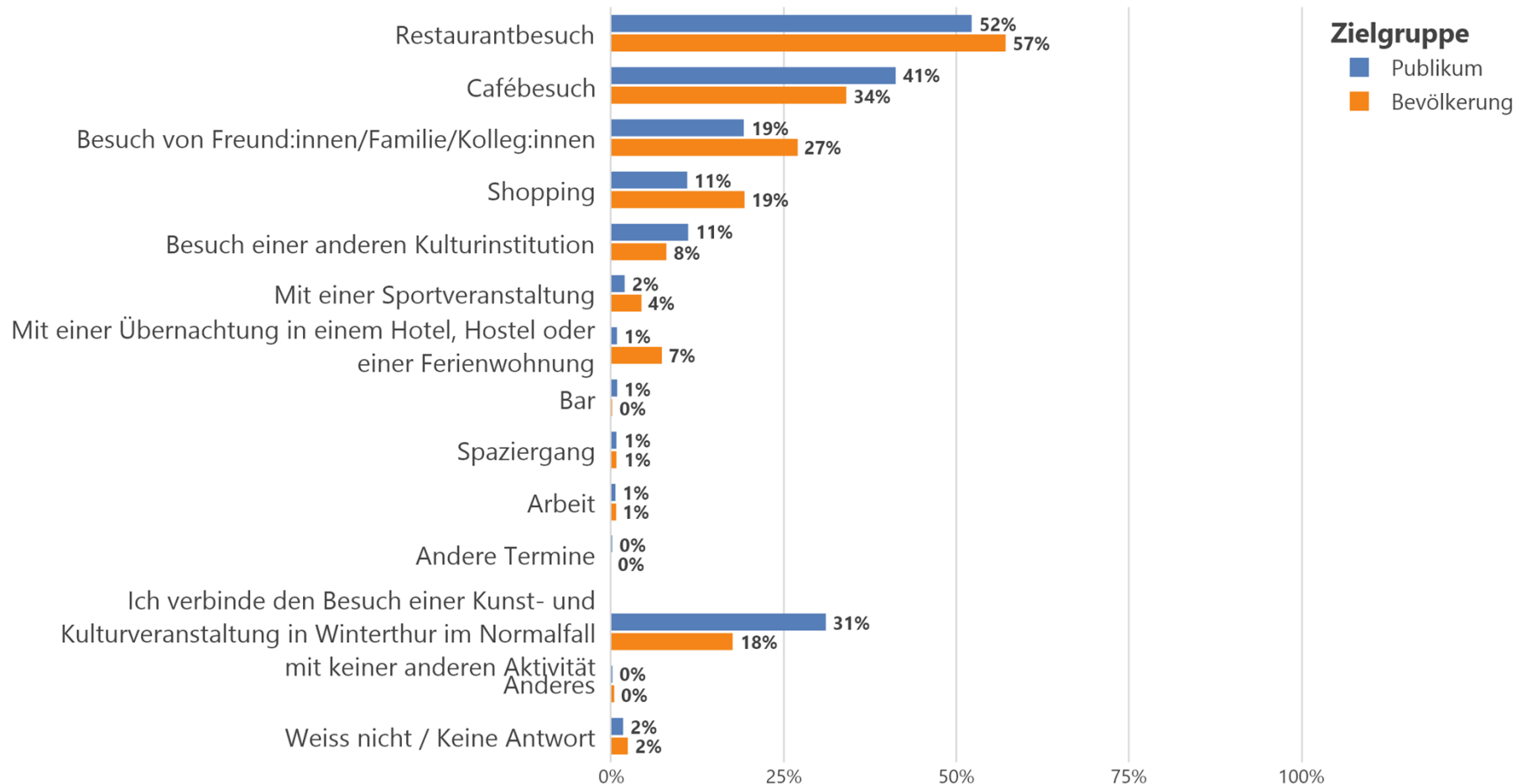
Mit welchem Verkehrsmittel reisen Sie im Normalfall zu Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur an?

Angaben in Prozent, N Publikum = 3'952, Filter= Falls mind. 1-2 Mal pro Jahr eine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur besucht wird, nur Antworten aus dem Publikum dargestellt



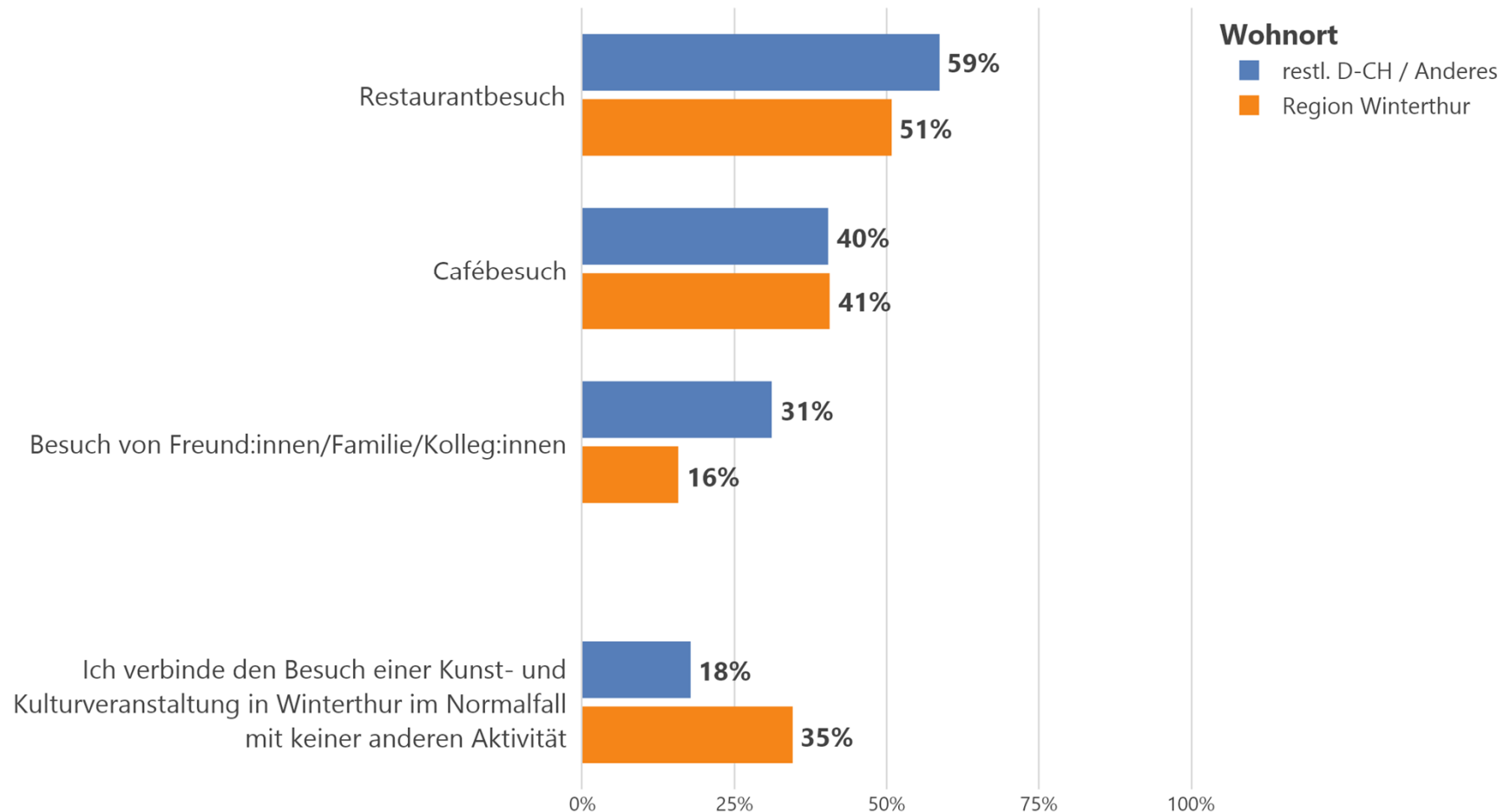
Verbinden Sie den Besuch einer Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur im Normalfall mit einer oder mehreren anderen Aktivitäten in Winterthur?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'596, N Bevölkerung = 425, Filter= Falls mind. 1-2 Mal pro Jahr eine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur besucht wird



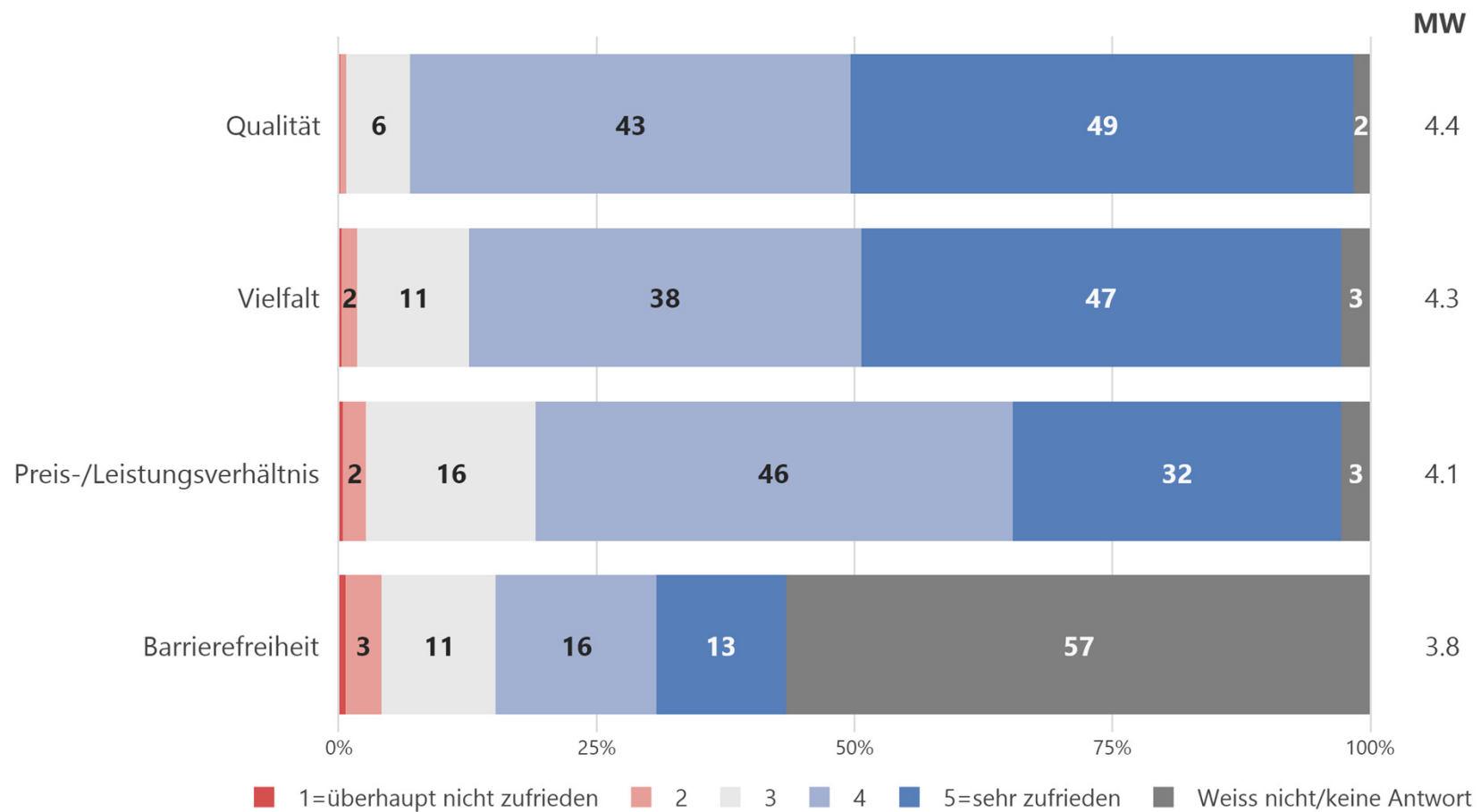
Verbinden Sie den Besuch einer Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur im Normalfall mit einer oder mehreren anderen Aktivitäten in Winterthur?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'596, Filter= Falls mind. 1-2 Mal pro Jahr eine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur besucht wird, Top 3 Antworten Publikum



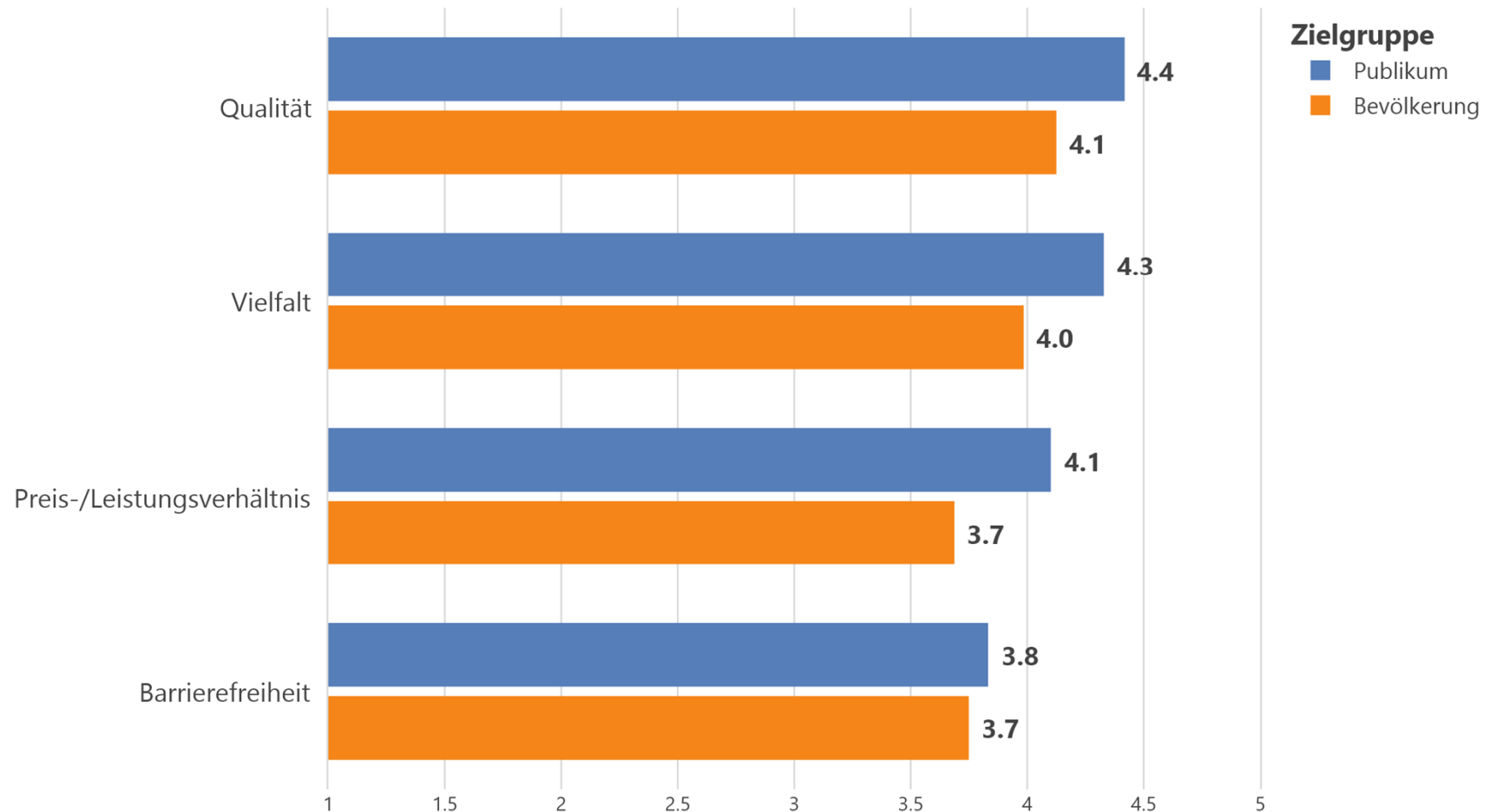
Wie zufrieden sind Sie mit dem Kunst- und Kulturangebot in Winterthur in Bezug auf die folgenden Aspekte?

Angaben in Prozent, N Publikum = 3'596, Filter= Falls mind. 1-2 Mal pro Jahr eine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur besucht wird, nur Antworten aus dem Publikum dargestellt



Wie zufrieden sind Sie mit dem Kunst- und Kulturangebot in Winterthur in Bezug auf die folgenden Aspekte?

Mittelwerte, Skala von "1=überhaupt nicht zufrieden" bis "5=sehr zufrieden", N Publikum = 3'596, N Bevölkerung = 425, Filter= Falls mind. 1-2 Mal pro Jahr eine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur besucht wird



Konsum von Kultur in Winterthur 1/4

Knapp zwei Drittel des Publikums der Kulturstadt Winterthur besuchen im Schnitt mindestens alle zwei Monate eine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur. Bei der kulturinteressierten Bevölkerung besucht hingegen der Grossteil nie Kunst- und Kulturveranstaltungen in Winterthur.

- 64% des Publikums besuchen mindestens 6 Mal pro Jahr, also ungefähr alle zwei Monate, Kunst- und Kulturveranstaltungen in Winterthur. Kaum jemand gibt an, nie Kunst- und Kulturveranstaltungen in Winterthur zu besuchen (1%). Fast das gegenteilige Bild zeigt sich bei der kulturinteressierten Bevölkerung: hier geben 62% an, nie Kunst- und Kulturveranstaltungen in Winterthur zu besuchen. Mit 35% gibt gut ein Drittel an, 1-5 Mal pro Jahr solche Veranstaltungen in Winterthur zu besuchen. Häufiger geht hingegen kaum jemand aus der kulturinteressierten Bevölkerung (4%) nach Winterthur, um Kunst- und Kulturveranstaltungen zu besuchen.
- Auch hier sind die Unterschiede signifikant: die kulturinteressierte Bevölkerung besucht signifikant weniger häufig als das Publikum der Kulturstadt Winterthur Kunst- und Kulturveranstaltungen in Winterthur.

Das Musikkollegium sowie das Casinotheater Winterthur sind die zwei bekanntesten Kulturinstitutionen in Winterthur. In der kulturinteressierten Bevölkerung kennt jedoch mehr als die Hälfte keine Kulturinstitutionen in Winterthur.

- Offen danach gefragt, welche Kunst- und Kulturinstitutionen und -veranstaltungen in Winterthur einem spontan einfallen, nennt eine relative Mehrheit des Publikums das Musikkollegium (36%) an erster Stelle. Dicht dahinter folgt das Casinotheater (35%) an zweiter Stelle. Am dritthäufigsten nennt das Publikum dann verschiedene Theater (34%). Bei der kulturinteressierten Bevölkerung antwortet hingegen mehr als die Hälfte (54%) mit «weiss nicht/keine Antwort». Wenn eine Institution bekannt ist, dann am ehesten das Casinotheater (14%).

Konsum von Kultur in Winterthur 2/4

Das Publikum der Kulturstadt Winterthur ist signifikant häufiger als die kulturinteressierte Bevölkerung der Ansicht, dass Winterthur eine Stadt mit einem breiten Kulturangebot ist.

- 86% des Publikums sind der Ansicht, dass Winterthur eine Stadt mit einem breiten Kulturangebot ist (Skalenwerte 4 + 5 auf einer Skala von 1-5). In der kulturinteressierten Bevölkerung stimmen hingegen nur 28% dieser Aussage (voll und ganz) zu. Die Mittelwerte dieser beiden Zielgruppen unterscheiden sich signifikant (Publikum: MW 4.4; Bevölkerung: MW 3.1).
- Beim Publikum zeigen sich hier wieder interessante Unterschiede in Bezug auf die Nutzung von Kunst- und Kulturangeboten. So sind Personen, welche Lesungen / Literaturfestivals und/oder Tanz- und Ballett-Aufführungen besuchen (MW je 4.5), signifikant häufiger der Ansicht, dass Winterthur ein breites Kulturangebot bietet als dies Personen tun, welche Museen und Galerien (4.4) und/oder Pop- / Rock- / Jazz- / Elektro-Musik-Konzerte (MW 4.3) und/oder Comic / Streetart (MW 4.3) und/oder Theater / Musicals / Schauspiel / Kleinkunst / Komik (MW 4.4) und/oder Film / Kino / Filmfestivals (MW 4.4) nutzen. In Bezug auf die eingangs erläuterten und zusammengefassten Gruppen könnte somit festgehalten werden: Winterthur bietet vor allem für Kunst- und Literaturliebhaber*innen sowie für Theater- und Bühnenenthusiast*innen ein breites Angebot und weniger für Film- und Musikfans.

Der häufigste Grund, weshalb bisher noch keine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur besucht wurde, ist die lange oder komplizierte Anreise. Bei der kulturinteressierten Bevölkerung kennt hingegen die Hälfte das Angebot noch zu wenig.

- Da nur sehr wenige Personen aus dem Publikum der Kulturstadt Winterthur (32 Personen) angegeben haben, noch keine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur besucht zu haben, wurden diese Antworten für die Auswertung mit denjenigen der kulturinteressierten Bevölkerung zusammengekommen.
- Nach dem Grund gefragt, weshalb bisher noch keine Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur besucht wurde, antwortet dann mehr als die Hälfte der befragten Personen (57%), dass die Anreise zu lange dauere oder zu kompliziert sei. Knapp die Hälfte (49%) antwortet, dass das Angebot noch zu wenig bekannt sei und für mehr als ein Drittel (37%) hat es sich bisher einfach noch nicht ergeben. Dies kann auch daran liegen, dass das Angebot andernorts ausreicht, wie dies gut ein Viertel angibt (26%).

Konsum von Kultur in Winterthur 3/4

Personen, welche Kunst- und Kulturveranstaltungen in Winterthur besuchen, reisen hierfür im Normalfall mit den öffentlichen Verkehrsmitteln an.

- 43% des Publikums, welches mindestens 1-2 Mal pro Jahr Kunst- und Kulturveranstaltungen in Winterthur besucht, reist hierfür im Normalfall mit den öffentlichen Verkehrsmitteln an. Bei der kulturinteressierten Bevölkerung sind es sogar 63%. Am zweithäufigsten reist das Publikum mit dem Fahrrad / E-Bike (32%) an, die kulturinteressierte Bevölkerung hingegen mit dem Auto / Motorrad (29%). Das Auto / Motorrad liegt beim Publikum (16%) dann auf dem dritten Platz, wobei dieses vor allem von Personen genutzt wird, welche zwar noch in der Deutschschweiz, aber nicht in der Region in und um Winterthur wohnhaft sind (21%). Diese Personengruppe nutzt aber auch sehr häufig die öffentlichen Verkehrsmittel (76%), während in und um Winterthur wohnhafte Personen vor allem mit dem Fahrrad / E-Bike (40%) anreisen.
- Das Publikum der Kulturstadt Winterthur reist insgesamt signifikant häufiger mit dem Fahrrad / E-Bike oder zu Fuss an, während die kulturinteressierte Bevölkerung signifikant häufiger mit den öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Auto / Motorrad anreist.

Ebenfalls unabhängig von der Zielgruppe wird der Besuch einer Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur im Normalfall mit einem Restaurant- oder einem Cafébesuch verbunden.

- Etwas mehr als die Hälfte des Publikums (52%) verbindet den Besuch einer Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur im Normalfall mit einem Restaurantbesuch. Bei der kulturinteressierten Bevölkerung sind es sogar knapp drei Fünftel (57%). Jeweils an zweiter Stelle folgt der Besuch eines Cafés (Publikum: 41%; Bevölkerung: 34%). Knapp ein Drittel des Publikums (31%) verbindet den Besuch einer Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur im Normalfall aber mit keiner anderen Aktivität. Dies trifft vor allem auf Personen zu, welche in der Region Winterthur oder in Winterthur selbst wohnen (35%; anderes/restl. D-CH: 18%). Bei der kulturinteressierten Bevölkerung ist dies knapp ein Fünftel (18%). Denn am dritthäufigsten verbindet die kulturinteressierte Bevölkerung einen solchen Besuch mit dem Besuch von Freund:innen/Familie/Kolleg:innen (27%).
- Der Anteil derjenigen, die den Besuch einer Kunst- und Kulturveranstaltung in Winterthur mit keiner anderen Aktivität verbinden, ist beim Publikum signifikant höher als bei der kulturinteressierten Bevölkerung. Die kulturinteressierte Bevölkerung verbindet einen solchen Besuch signifikant häufiger mit allen Aktivitäten, ausser dem Besuch eines Cafés. Hier ist der Anteil beim Publikum signifikant höher als in der kulturinteressierten Bevölkerung.

Konsum von Kultur in Winterthur 3/4

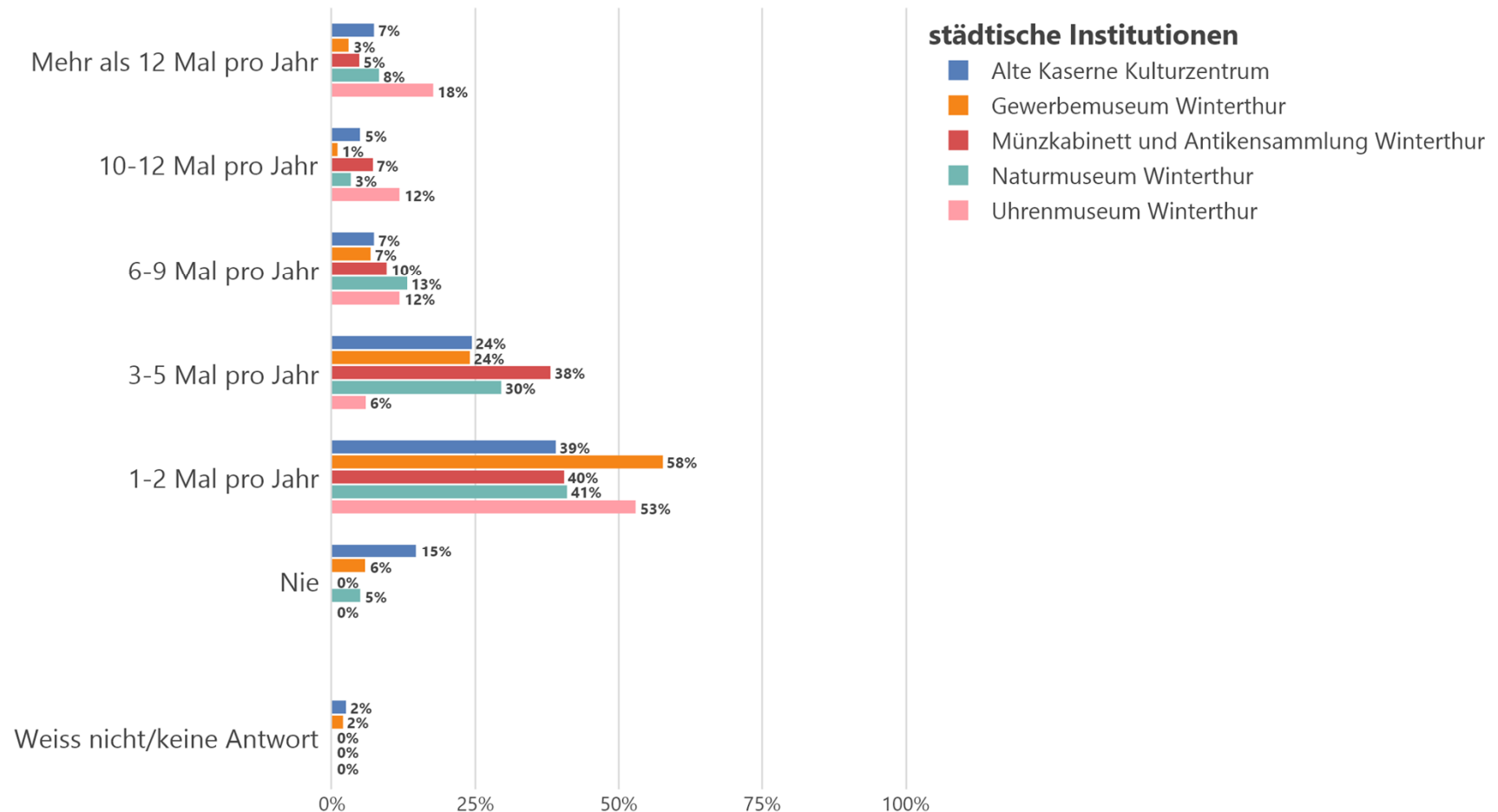
Das Publikum der Kulturstadt Winterthur ist in Bezug auf das Kunst- und Kulturangebot in Winterthur mit der Qualität, der Vielfalt und dem Preis-/Leistungsverhältnis signifikant zufriedener als die kulturinteressierte Bevölkerung.

- Gut 9 von 10 Personen des Publikums (91%) sind mit der Qualität des Kunst- und Kulturangebots in Winterthur (sehr) zufrieden (Skalenwerte 4+5 auf einer 5er Skala). In der kulturinteressierten Bevölkerung sind dies mit drei Vierteln (75%) deutlich weniger. Mit der Vielfalt sind dann 85% des Publikums (sehr) zufrieden, bei der kulturinteressierten Bevölkerung liegt dieser Anteil ebenfalls wieder deutlich tiefer und zwar bei lediglich 64%. Am grössten ist der Unterschied zwischen den beiden Zielgruppen jedoch beim Preis-/Leistungsverhältnis: gut drei Viertel des Publikums (78%) sind damit (sehr) zufrieden, während es bei der kulturinteressierten Bevölkerung lediglich etwas mehr als die Hälfte ist (54%). Auf den Mittelwert bezogen unterscheidet sich das Publikum (Qualität: MW 4.4; Vielfalt: MW 4.3; Preis-/Leistungsverhältnis: MW 4.1) damit bei allen drei Aspekten signifikant von der kulturinteressierten Bevölkerung (Qualität: MW 4.1; Vielfalt: MW 4.0; Preis-/Leistungsverhältnis: MW 3.7). Hingegen kein signifikanter Unterschied besteht bei der Barrierefreiheit: hier sind das Publikum und die Bevölkerung ungefähr gleich zufrieden (Publikum: MW 3.8; Bevölkerung: MW 3.7). Dies liegt allerdings vor allem daran, dass jeweils ungefähr die Hälfte diesen Aspekt nicht beurteilen kann oder will (Publikum: 57%; Bevölkerung: 47%).
- Innerhalb des Publikums lassen sich jedoch auch hier wieder Unterschiede finden, je nachdem, welche Kunst- und Kulturangebote genutzt werden. Sowohl in Bezug auf die Qualität als auch in Bezug auf die Vielfalt und das Preis-/Leistungsverhältnis sind Personen, welche Pop- / Rock- / Jazz- / Elektro-Musik-Konzerte (MW 4.4, 4.3, 4.2) besuchen, signifikant weniger zufrieden als Personen, welche Museen und Galerien (MW 4.4, 4.4, 4.1) und/oder klassische / zeitgenössische Konzerte (MW 4.5, 4.4, 4.2) und/oder Lesungen / Literaturfestivals (MW 4.5, 4.4, 4.2) und/oder Tanz- und Ballett-Aufführungen (MW 4.5, 4.4, 4.2) besuchen. Grob zusammengefasst kann auch hier somit wieder das Fazit gezogen werden: Winterthur bietet vor allem für Kunst- und Literaturliebhaber*innen sowie für Theater- und Bühnenenthusiast*innen ein qualitativ hochstehendes, vielfältiges und preis-/leistungsgünstiges Angebot und weniger für Film- und Musikfans.

Nutzung von Kunst- und Kulturveranstaltungen der städtischen Institutionen

Wie oft besuchen Sie während eines Jahres die städtischen Institutionen?

Angaben in Prozent, N Alte Kaserne = 41, N Gewerbemuseum = 104, N Münzkabinett = 42, N Naturmuseum = 61, N Uhrenmuseum = 17*, Filter= Falls städtische Institution

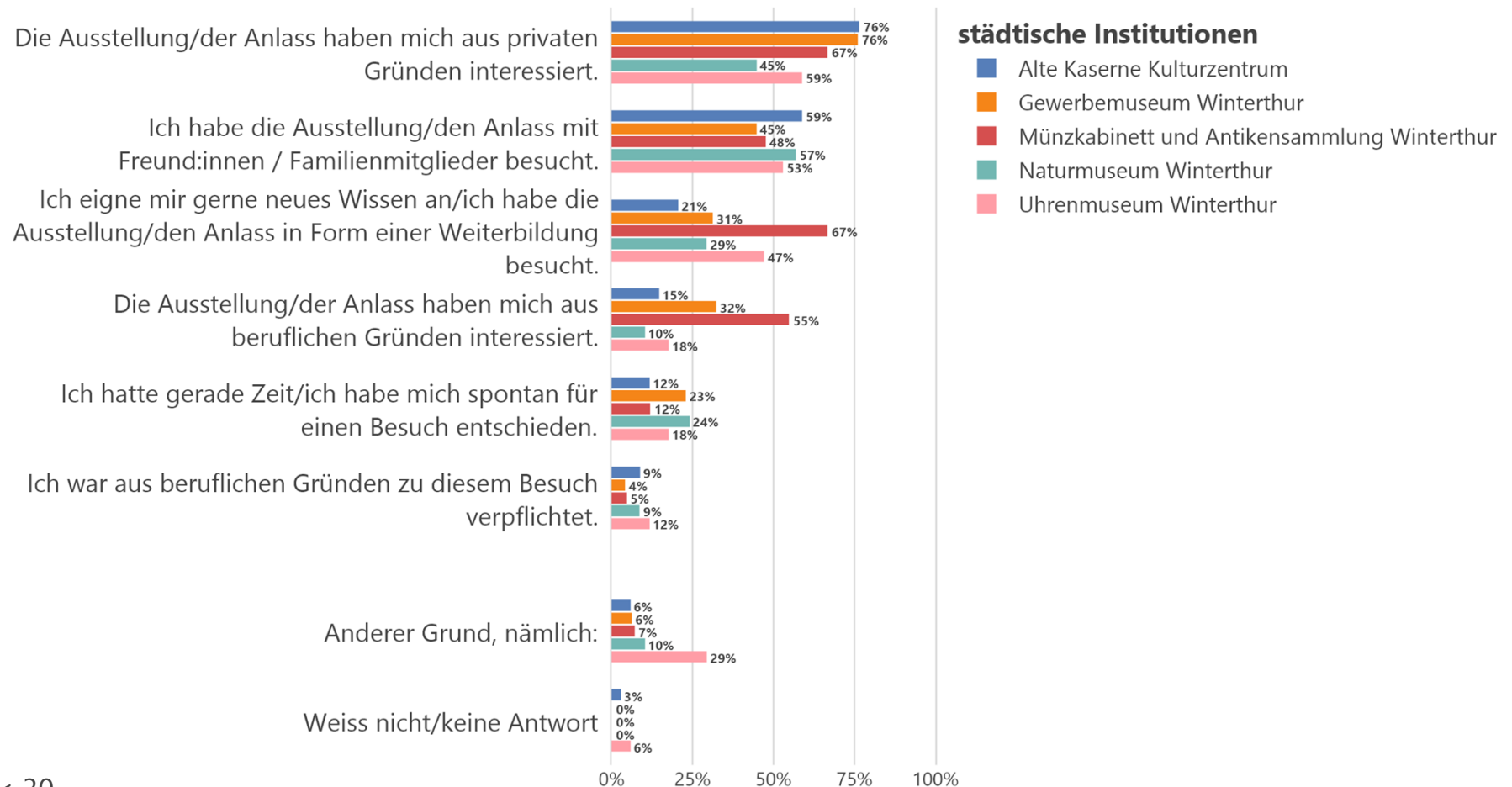


* n < 30

Frage F16

Aus welchen Gründen haben Sie das Angebot der städtischen Institution genutzt?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Alte Kaserne = 34, N Gewerbemuseum = 96, N Münzkabinett = 42, N Naturmuseum = 58, N Uhrenmuseum = 17*, Filter= Falls städtische Institution mind. 1 Mal pro Jahr besucht wird

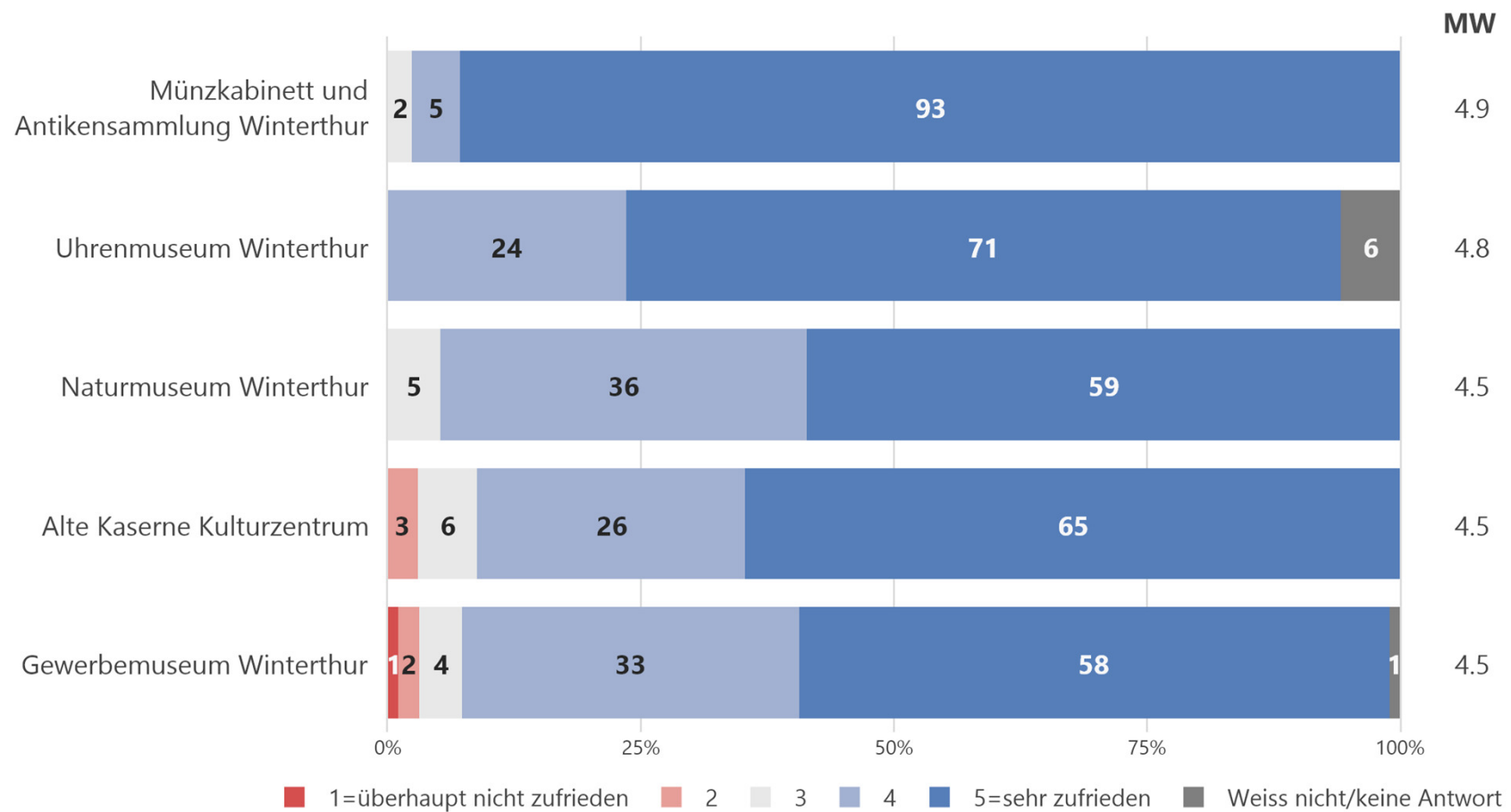


* n < 30

Frage F17

Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Besuch?

Angaben in Prozent N Alte Kaserne = 34, N Gewerbemuseum = 96, N Münzkabinett = 42, N Naturmuseum = 58, N Uhrenmuseum = 17*, Filter= Falls städtische Institution mind. 1 Mal pro Jahr besucht wird



* n < 30

Frage F18

Nutzung von Kunst- und Kulturveranstaltungen der städtischen Institutionen

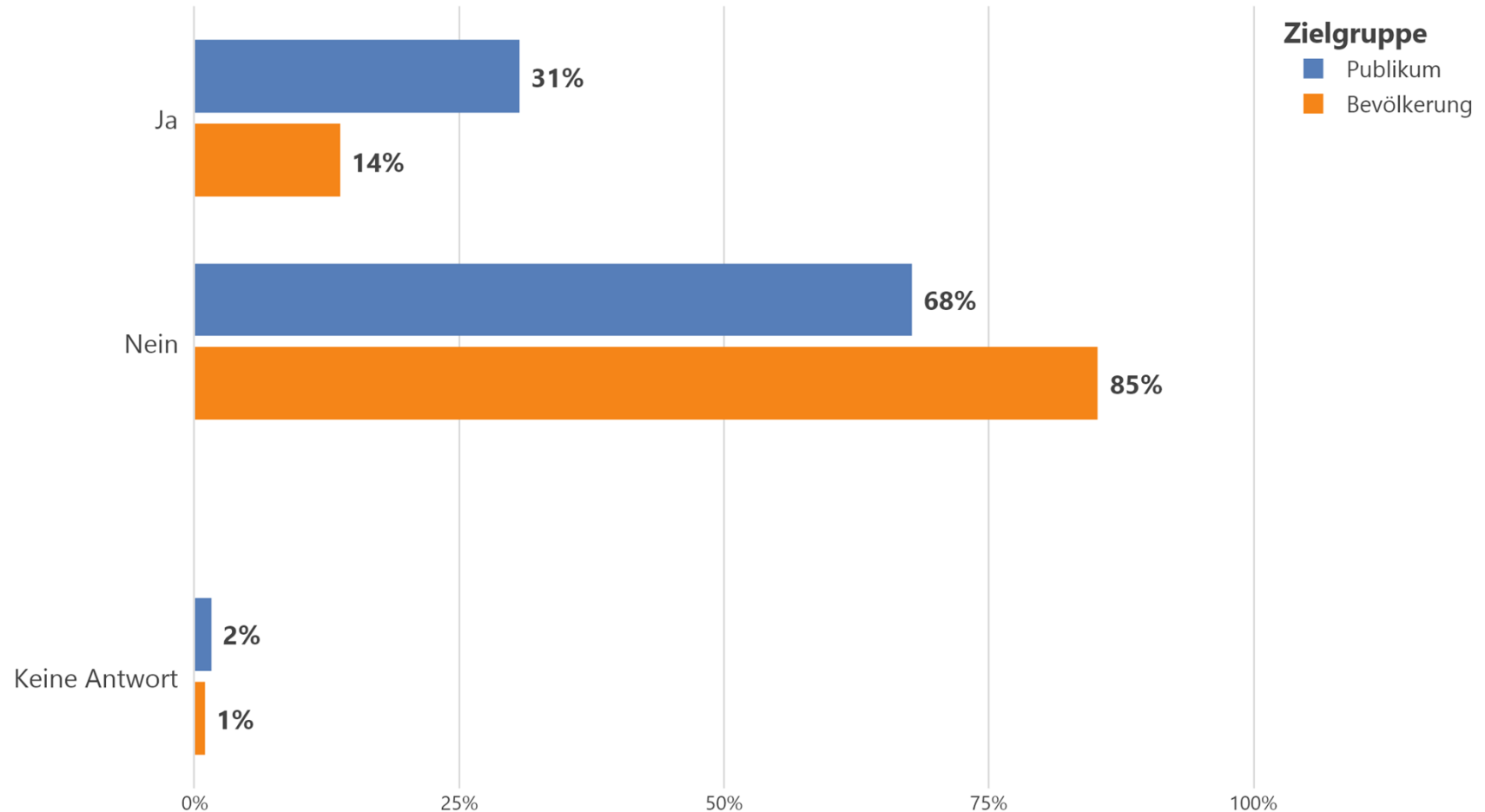
Die städtischen Institutionen der Kulturstadt Winterthur werden grösstenteils 1-2 Mal pro Jahr besucht, am häufigsten steht dann privates Interesse im Vordergrund für einen Besuch. Am zufriedensten ist das Publikum der Institution Münzkabinett und Antikensammlung Winterthur, allerdings dicht gefolgt vom Publikum des Uhrenmuseums.

- Für die städtischen Institutionen Alte Kaserne Kulturzentrum, Gewerbemuseum Winterthur, Münzkabinett und Antikensammlung Winterthur, Naturmuseum Winterthur und Uhrenmuseum Winterthur wurden spezifische Fragen gestellt, um das Nutzungsverhalten sowie die Zufriedenheit des Publikums dieser Institutionen zu evaluieren.
- Sämtliche städtische Institutionen werden jeweils von einer (relativen) Mehrheit des Publikums 1-2 Mal pro Jahr besucht (alte Kaserne Kulturzentrum: 39%; Gewerbemuseum Winterthur : 58%; Münzkabinett und Antikensammlung Winterthur: 40%; Naturmuseum Winterthur: 41%; Uhrenmuseum Winterthur: 53%). Etwas häufiger, nämlich 3-5 Mal pro Jahr, werden die Alte Kaserne sowie das Gewerbemuseum jeweils von knapp einem Viertel (24%) besucht. Beim Naturmuseum ist es sogar knapp ein Drittel des Publikums (30%), am höchsten ist der Anteil derjenigen Besucher*innen, die die Institution 3-5 Mal pro Jahr besuchen, aber beim Münzkabinett und der Antikensammlung. Hier sind es knapp zwei Fünftel, die diese Institution so häufig besuchen (38%). Häufiger werden die Institutionen grundsätzlich nicht besucht, einzig beim Uhrenmuseum gibt knapp ein Fünftel des Publikums (18%) an, dieses mehr als 12 Mal pro Jahr, also mehrmals pro Monat, zu besuchen. Obwohl die Frage nach der Nutzungshäufigkeit nur Personen gestellt wurde, die in irgendeiner Form mit der jeweiligen Institution assoziiert sind, geben bei der Alten Kaserne, beim Gewerbemuseum und beim Naturmuseum Personen an, diese noch nie besucht zu haben. Am höchsten ist dieser Anteil jedoch bei der alten Kaserne. Hier gibt knapp jede siebte Person (15%) an, diese nie zu besuchen.
- Die alte Kaserne (76%), das Gewerbemuseum (76%) sowie das Uhrenmuseum (59%) werden jeweils am häufigsten aus privatem Interesse besucht. Das Naturmuseum wird hingegen am häufigsten anlässlich eines Treffens mit Freund:innen/der Familie (57%) besucht, während die Institution Münzkabinett und Antikensammlung Winterthur am häufigsten entweder aus privatem Interesse und/oder Zwecks einer Weiterbildung (je 67%) besucht wird.
- Am zufriedensten mit dem letzten Besuch ist das Publikum des Münzkabinetts und der Antikensammlung (MW 4.9 auf einer 5er Skala), allerdings dicht gefolgt vom Publikum des Uhrenmuseums (MW 4.8). Aber auch das Publikum des Naturmuseums, der Alten Kaserne sowie des Gewerbemuseums ist jeweils zum Grossteil (sehr) zufrieden (MW je 4.5).

Ehrenamt

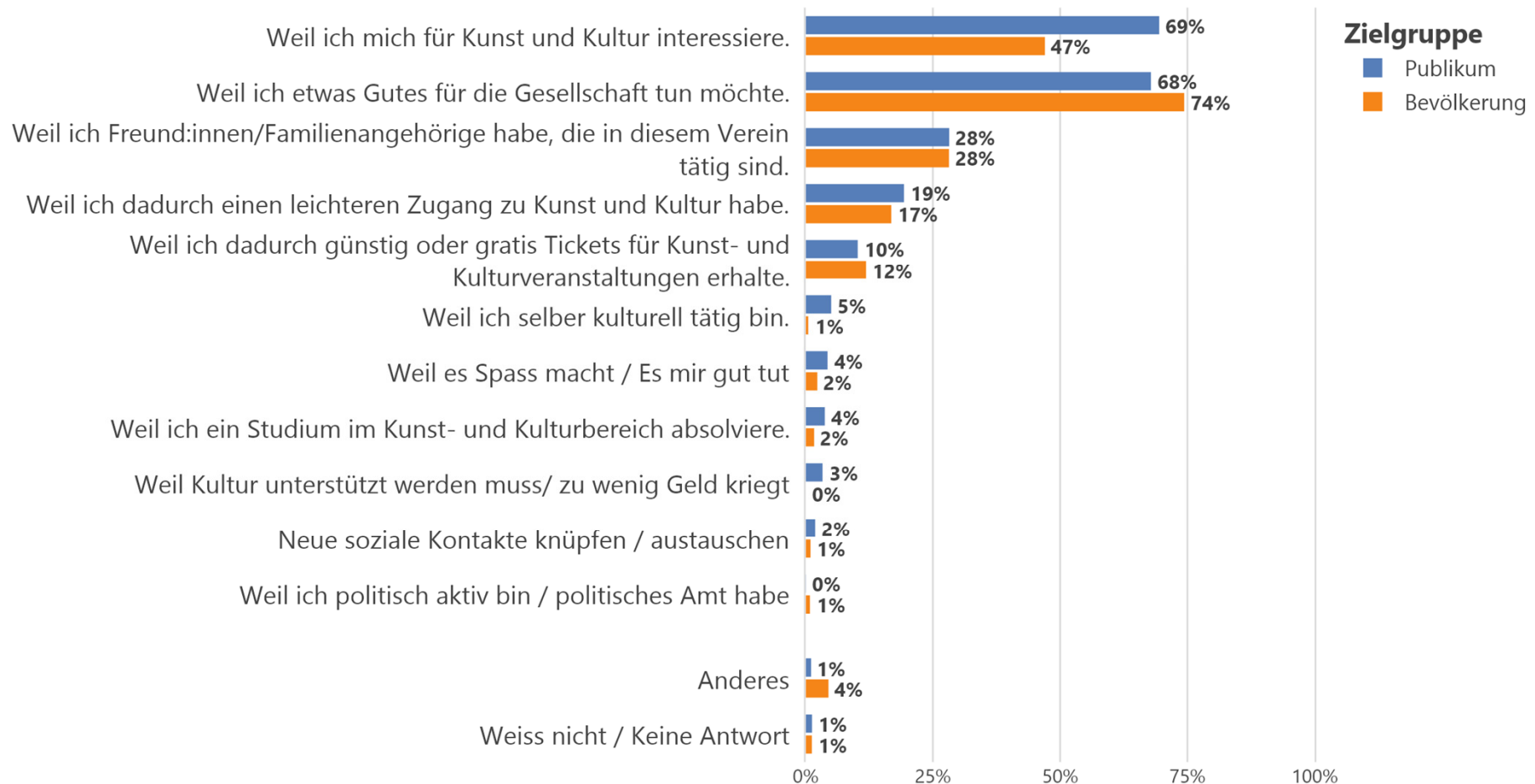
Sind Sie aktuell für eine kulturelle Veranstaltung, Institution oder Organisation ehrenamtlich tätig?

Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



Weshalb sind Sie für eine kulturelle Veranstaltung, Institution oder Organisation ehrenamtlich tätig?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 1'113, N Bevölkerung = 152, Filter= Falls ehrenamtlich tätig



Ehrenamt

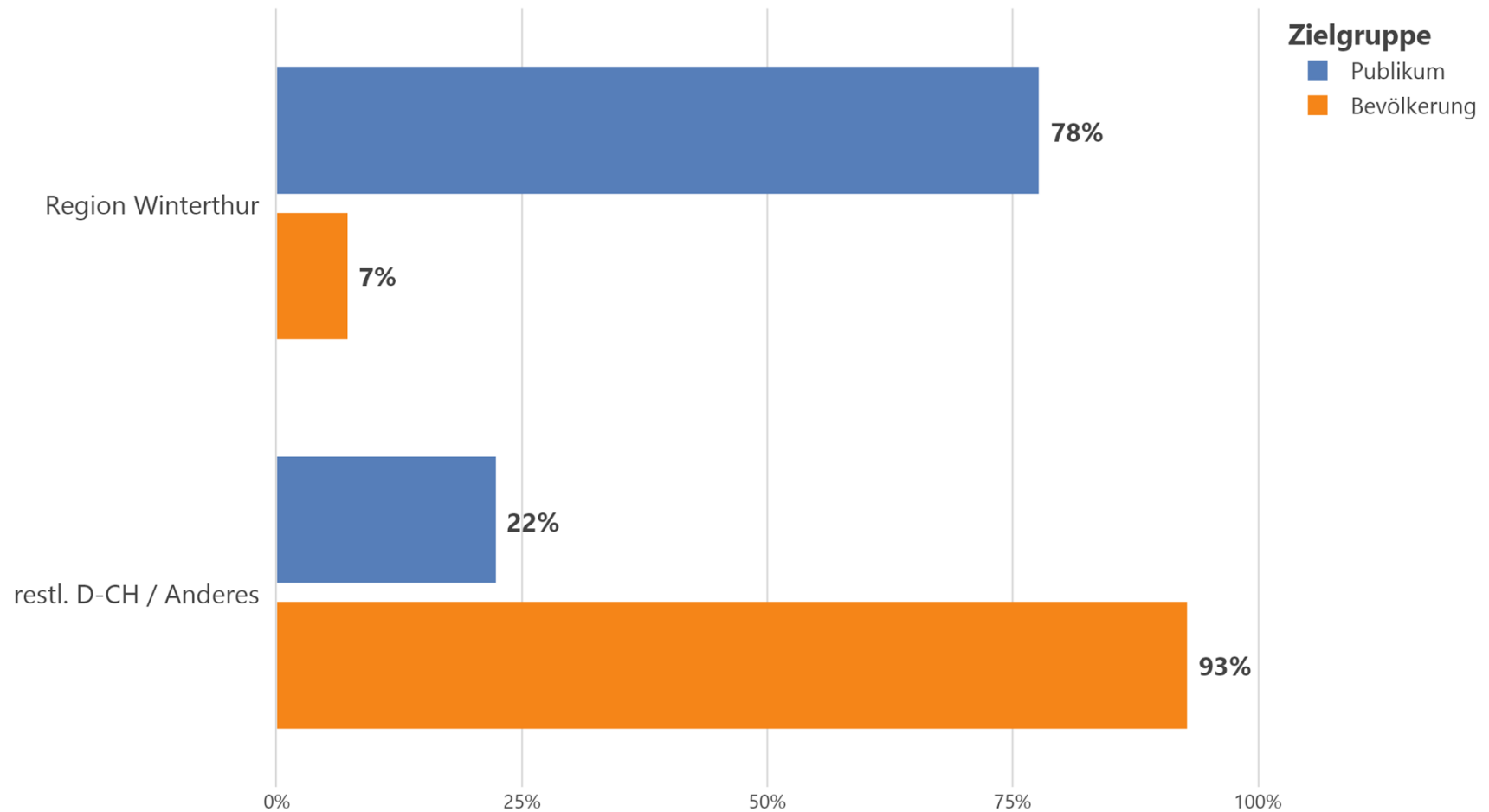
Der Anteil an Personen, welche ehrenamtlich für eine kulturelle Veranstaltung, Institution oder Organisation tätig sind, ist beim Publikum der Kulturstadt Winterthur deutlich höher als bei der kulturinteressierten Bevölkerung. Die Hauptgründe für ein solches Ehrenamt sind: Interesse an Kunst und Kultur und/oder das Bedürfnis, etwas Gutes für die Gesellschaft tun zu wollen.

- Knapp ein Drittel des Publikums der Kulturstadt Winterthur ist ehrenamtlich für eine kulturelle Veranstaltung, Institution oder Organisation tätig (31%). In der kulturinteressierten Bevölkerung sind es lediglich halb so viele (14%).
- Auch in Bezug auf die Motivation, ehrenamtlich tätig zu sein, unterscheiden sich die beiden Zielgruppen. Für das ehrenamtlich tätige Publikum sind die Hauptgründe das Interesse an Kunst und Kultur (69%) und/oder das Bedürfnis, etwas Gutes für die Gesellschaft tun zu wollen (68%). Für die kulturinteressierte Bevölkerung, welche ehrenamtlich tätig ist, ist Letzteres hingegen mit Abstand der wichtigste Grund (74%), während das Interesse an Kunst und Kultur deutlich weniger wichtig ist (46%).

Statistik

Bitte geben Ihren Wohnort an.

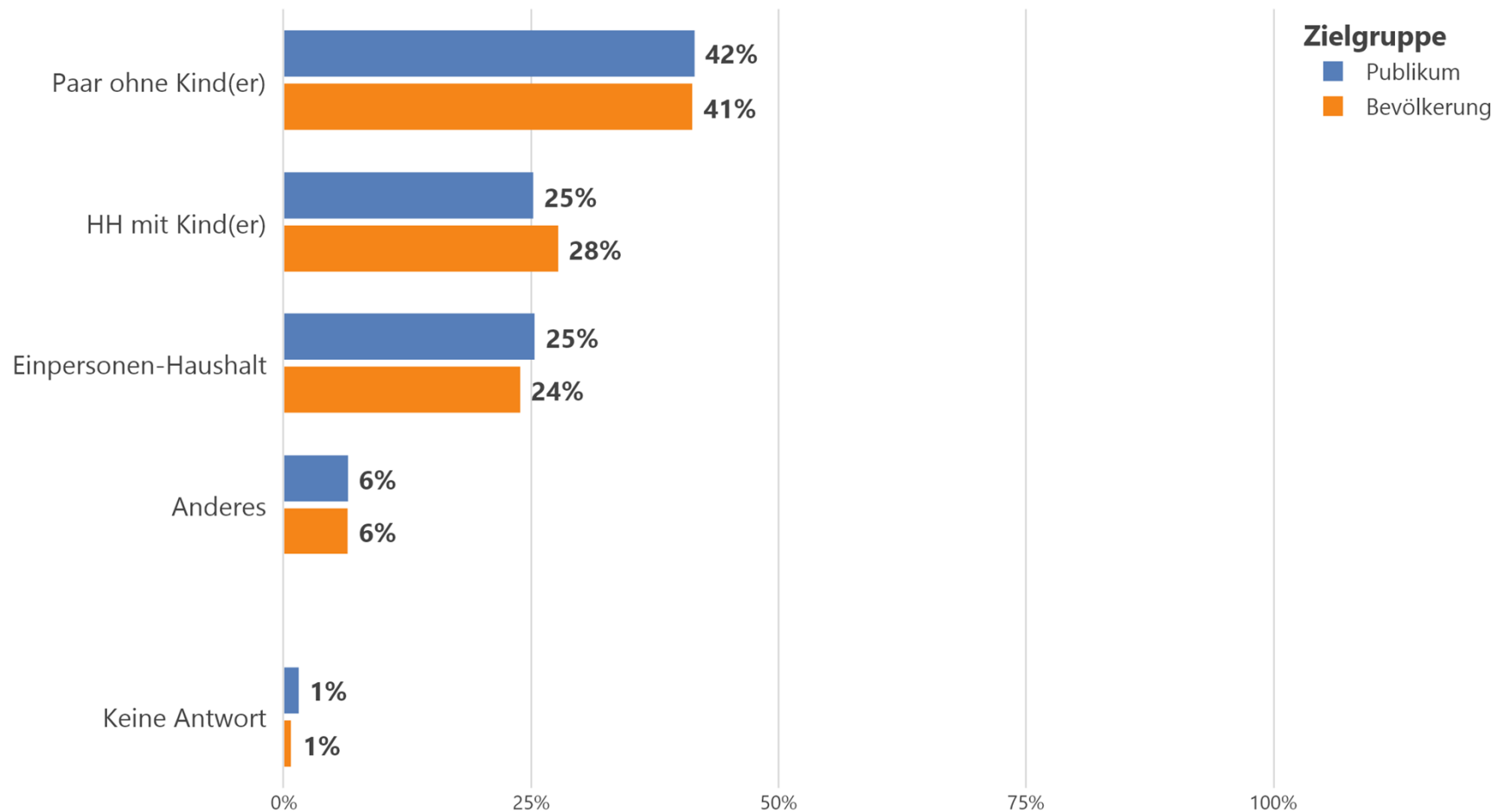
Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



Frage wohnort_break

In was für einem Privathaushalt leben Sie?

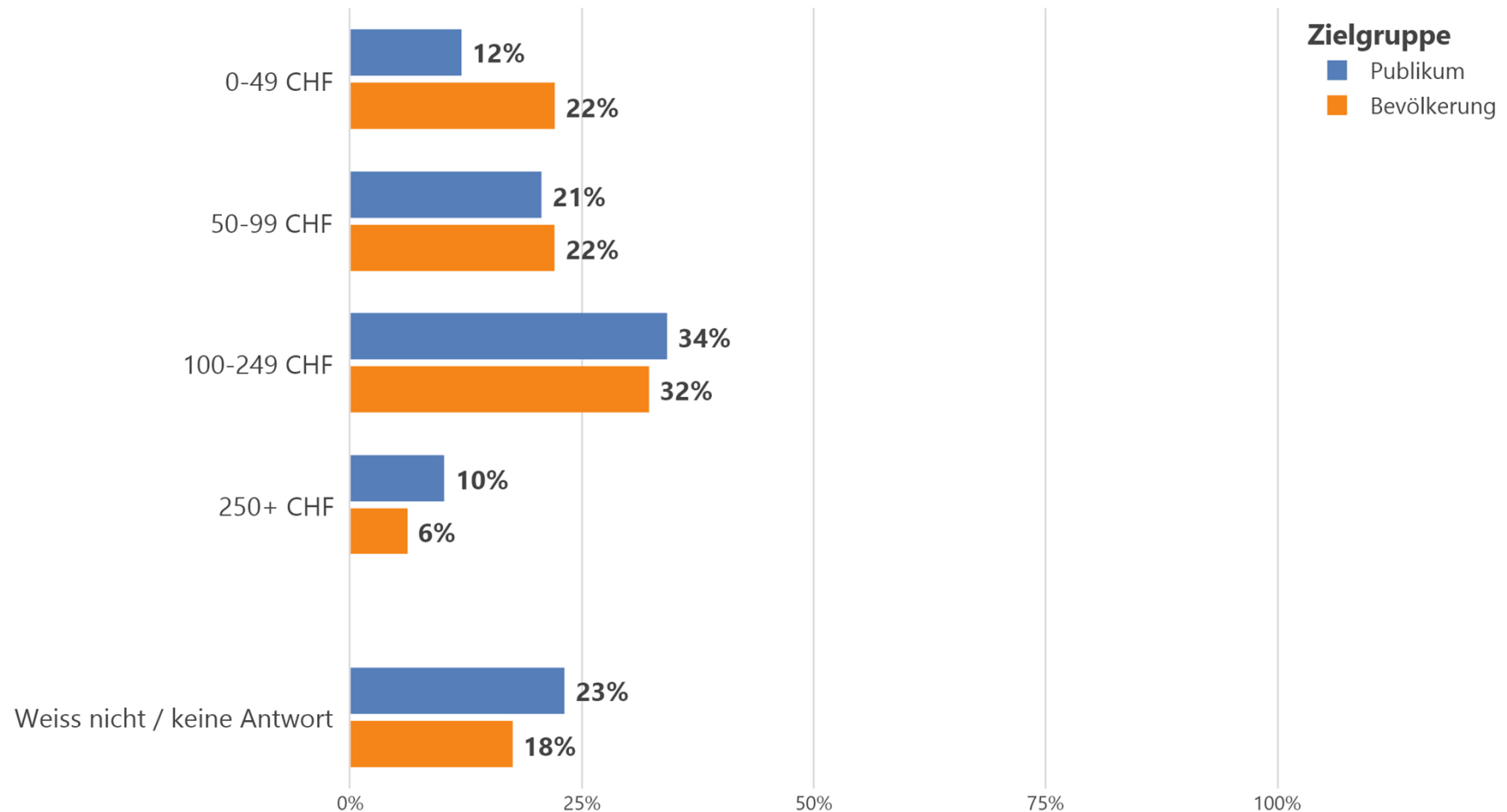
Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



Frage zusammensetzung_haushalt_break_stat

Was schätzen Sie, wie viel Geld geben Sie durchschnittlich im Monat für Kunst- und Kulturveranstaltungen aus?

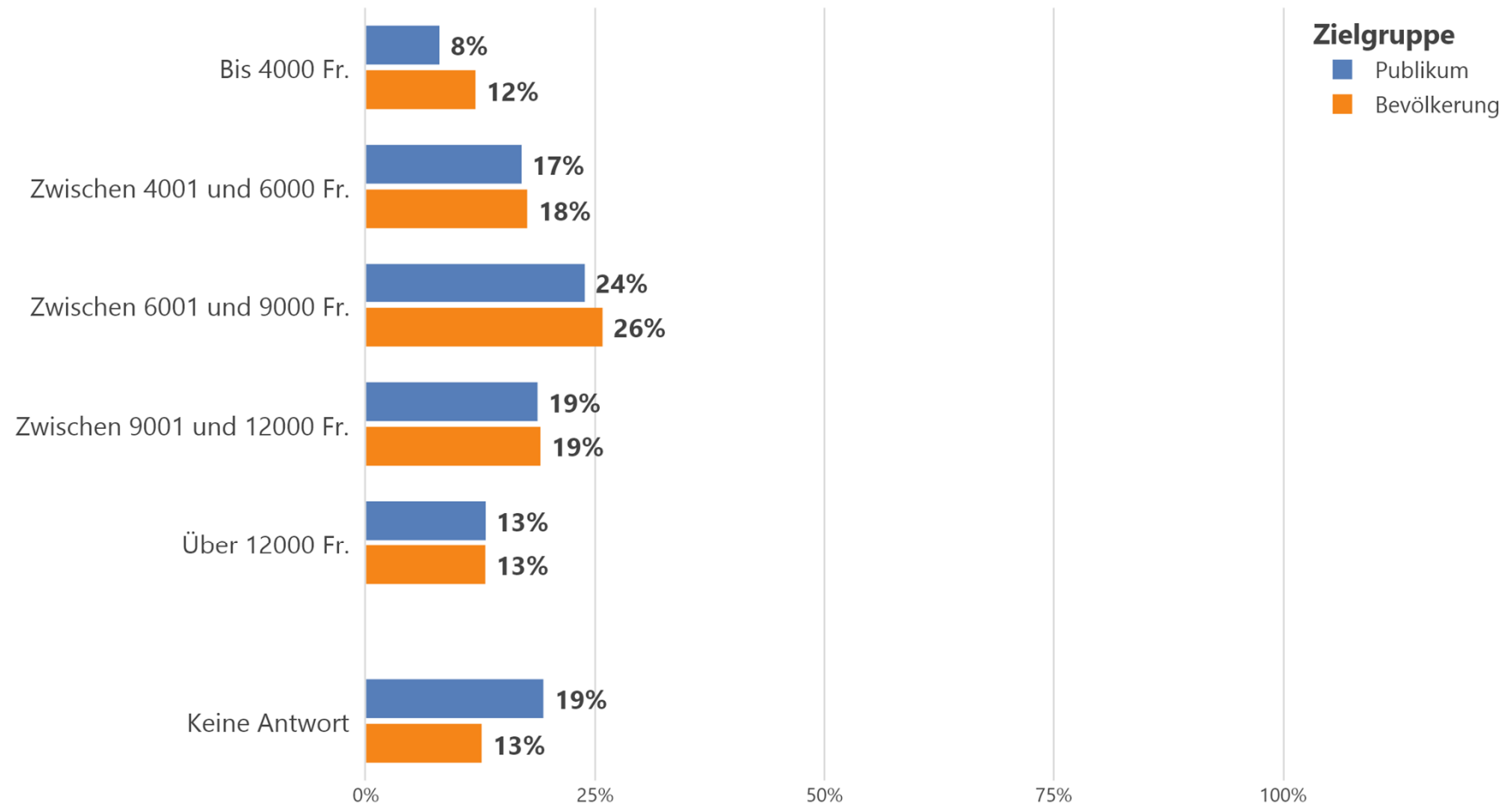
Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



Frage kunstaussgabe_break

Wie hoch ist das gesamte monatliche Netto-Einkommen Ihres Haushalts, also das, was alle Mitglieder Ihres Haushalts zusammen pro Monat ausbezahlt bekommen?

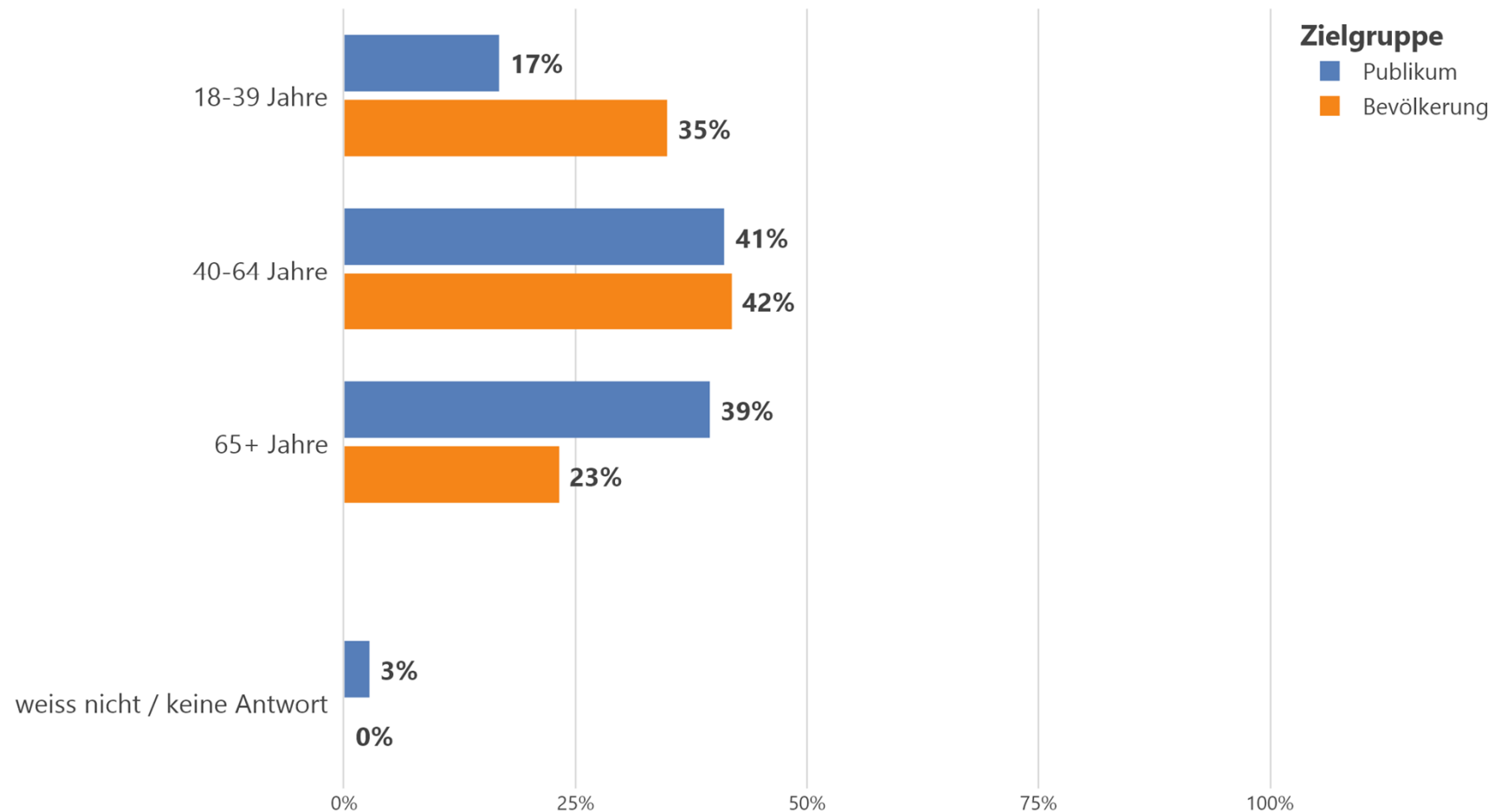
Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



Frage einkommen_haushalt_break_stat

Wie alt sind Sie?

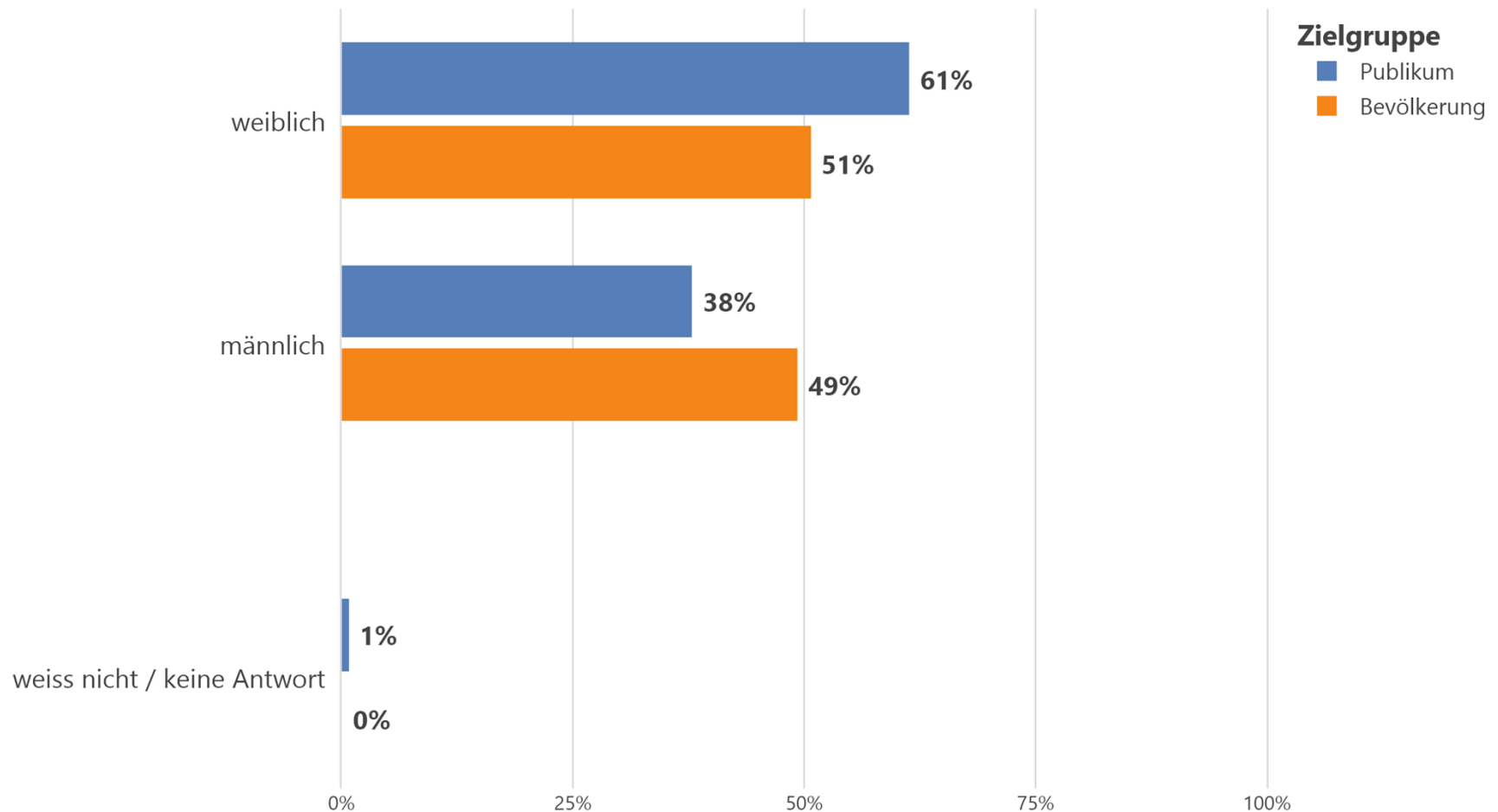
Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



Frage alter_break_stat

Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

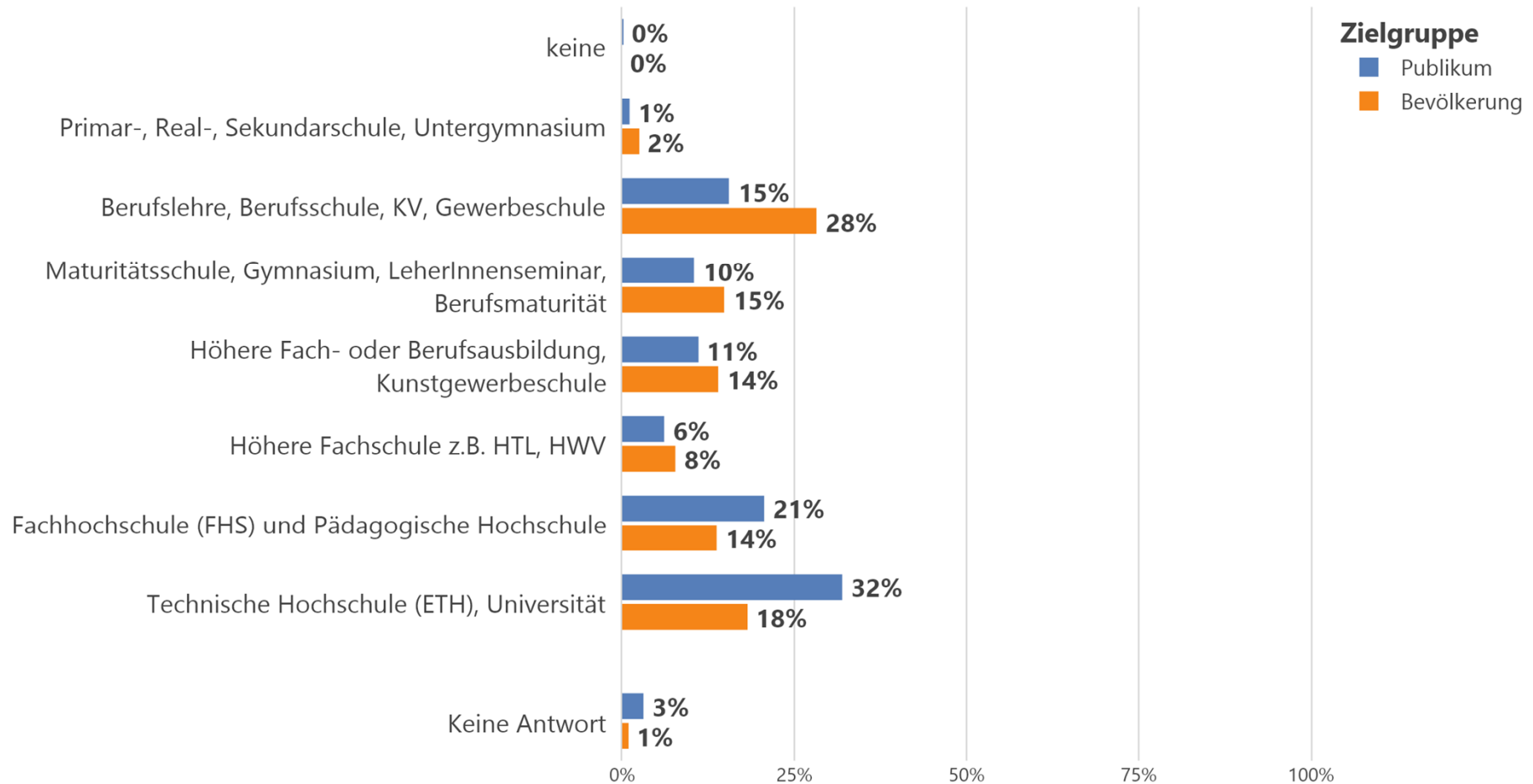
Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



Frage gender_break_stat

Welches ist die höchste Schulstufe, die Sie abgeschlossen haben?

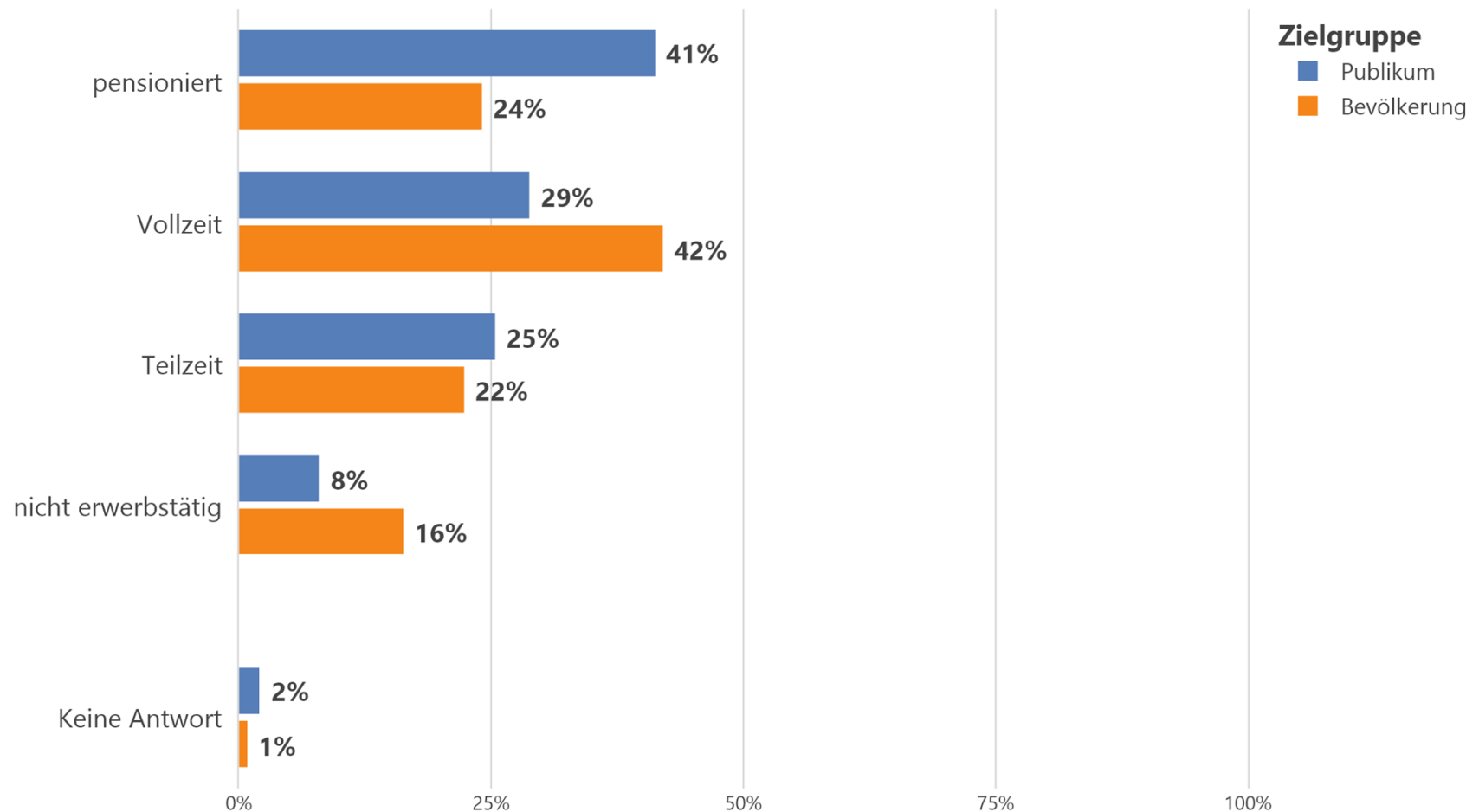
Angaben in Prozent, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



Frage education_break_stat

Wie ist Ihre aktuelle berufliche Situation?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, N Publikum = 3'628, N Bevölkerung = 1'106



Frage group_beruf_break

gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung

Riedtlistrasse 9

8006 Zürich

www.gfs-zh.ch

M.A. Mara Huber

mara.huber@gfs-zh.ch

044 360 40 24