



KULTUREVALUATION WEGNER

Dr. Nora Wegner

Kreativpark Karlsruhe

Alter Schlachthof 3

D-76131 Karlsruhe

wegner@kulturevaluation-wegner.de

www.kulturevaluation-wegner.de

Telefon: +49 (0)721 66499741

Dr. Tom Schößler

info@tomschoessler.com

www.tomschoessler.com

Dr. Nora Wegner

in Zusammenarbeit mit Dr. Tom Schößler

**Evaluation des freien Eintritts in Dauerausstellungen
für die baden-württembergischen Landesmuseen
und das ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe**

Im Auftrag des

Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg

Ergebnisbericht,

Juni 2019

GLIEDERUNG:

EINLEITUNG: Ziele und methodisches Vorgehen der Untersuchung	S. 1
KURZZUSAMMENFASSUNG: Argumente für/gegen freien Museumseintritt	S. 4
RESÜMEE: Beantwortung der Untersuchungsfrage	S. 11
ZUSAMMENFASSUNG DER KAPITEL 1-5	S. 13

A PERSPEKTIVE 1: LITERATUR UND FORSCHUNGSSTAND

1 Eintrittspreise als Besuchsbarriere - Erkenntnisse aus der Nicht-Besucherforschung	S. 30
Tabellenverzeichnis Kapitel 1	S. 30
1.1 Eintrittspreise von Museen als Besuchsbarriere	S. 30
1.1.1 Wann ist der Eintrittspreis eine Barriere?	S. 30
1.1.2 Eintrittspreis als Barriere aus Sicht des Museums	S. 35
1.2 Multiple Einflüsse bei Betrachtung von Eintrittspreisen als Besuchsbarrieren	S. 36
1.3 Quellen Kapitel 1	S. 38
2 Auswertung vorhandener Literatur und Studien zu freiem Museumseintritt	S. 40
2.1 Die aktuelle Debatte um freien Museumseintritt in Deutschland	S. 40
2.1.1 Generell freier Eintritt	S. 41
2.1.2 Freier Eintritt in die Dauerausstellung bzw. Sammlungspräsentation	S. 41
2.1.3 Regelmäßige eintrittsfreie Tage	S. 43
2.1.4 Freier Eintritt an ausgewählten Tagen	S. 44
2.1.5 Ziele von freiem Museumseintritt	S. 45
2.2 Potenzielle Wirkungen des freien Eintritts	S. 47
2.2.1 Potenzielle Wirkung auf Besuchszahlen, Besuchsverhalten und Besucherstruktur	S. 47
2.2.2 Potenzielle Wirkung auf die Wahrnehmung der Leistung des Museums	S. 52
2.2.3 Potenzielle Wirkung auf die finanzielle Lage des Museums	S. 53
2.3 Zwei Fallbetrachtungen	S. 56
2.3.1 Das Museum Folkwang Essen	S. 56
2.3.2 Die Nationalmuseen in Großbritannien	S. 58
2.4 Quellen Kapitel 2	S. 62

B PERSPEKTIVE 2: MUSEEN

3 Statistische Analyse von Besuchszahlen und Eintrittspreisen an baden-württembergischen Landesmuseen und dem ZKM Karlsruhe S. 67

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis Kapitel 3 S. 67

3.1 Allgemeine Daten zu den fünf untersuchten Museen S. 68

3.1.1 Datenlage & Auswertung S. 68

3.1.2 Die fünf Museen im Vergleich S. 69

3.2 Analyse bestehender Eintritt-frei-Angebote in den fünf untersuchten Museen S. 73

3.2.1 Landesmuseum Württemberg S. 73

3.2.2 Staatsgalerie Stuttgart S. 75

3.2.3 ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe S. 78

3.2.4 Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe S. 79

3.2.5 TECHNOSEUM Mannheim S. 79

4 Expertendiskussionen an baden-württembergischen Landesmuseen und dem ZKM Karlsruhe S. 80

Tabellenverzeichnis Kapitel 4 S. 80

4.1 Methodisches Vorgehen der Expertendiskussionen S. 81

4.2 Zusammenfassende Übersichten zu Aussagen der Museen S. 82

4.2.1 Generelle Positionierung der Museen zum Thema freier Eintritt in Dauerausstellungen S. 82

4.2.2 Ausgangssituation hinsichtlich Eintrittspreisen und Erfahrungen mit freiem Eintritt S. 83

4.2.3 Argumente pro/kontra freien Eintritt in Dauerausstellungen S. 84

4.2.4 Fragen der Umsetzung von freien Eintrittsangeboten und Modelle freier Eintrittsangebote S. 86

4.2.5 Weitere Instrumente der Museumsöffnung S. 87

C PERSPEKTIVE 3: BESUCHER

5 Besucherbefragung an baden-württembergischen Landesmuseen und dem ZKM Karlsruhe S. 88

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis Kapitel 5 S. 88

5.1 Methodisches Vorgehen der Besucherbefragung S. 90

5.2 Werden durch freie Eintrittsangebote neue Besucher erreicht? S. 92

5.2.1 Wer sind die befragten Besucher? S. 92

5.2.2 Wie viele Besucher kommen wegen des freien Eintritts? S. 98

5.2.3 Wie viele Besucher wären auch bei Eintrittspreisen gekommen? S. 102

5.2.4 Welche Besuchergruppen nennen den Besuchsgrund freier Eintritt und welche wären ohne freien Eintritt nicht gekommen? S. 105

5.3 Verändert der freie Eintritt das Besucherverhalten? S. 112

5.3.1 Wie verhalten sich die Besucher insgesamt in den Museen? S. 112

5.3.2 Wie verhalten sich Besucher, die wegen des freien Eintritts kommen? S. 115

5.3.3 Exkurs Kommunikation: Woher ist den Besuchern das freie Eintrittsangebot bekannt? S. 119

5.3.4 Exkurs Preisempfinden: Wie beurteilen die Besucher die Eintrittspreise? S. 121

5.4 Was sind Besuchsgründe und Besuchsanreize neben freiem Eintritt? S. 122

5.4.1 Was sind weitere Besuchsgründe neben dem freien Eintritt? S. 122

5.4.2 Welche Rolle spielen freie Eintrittsangebote für die Besucher? Welche anderen Anreize sind für weitere Besuche wichtig? S. 126

5.5 Quellen Kapitel 5 S. 136

6	Verändert sich durch freien Eintritt die Besucherstruktur der Museen? Zusammenfassung der Ergebnisse für die baden-württembergischen Landesmuseen und das ZKM Karlsruhe und Vergleich mit Besucherstudien	S. 137
	Abbildungsverzeichnis Kapitel 6	S. 137
	6.1 Landesmuseum Württemberg	S. 138
	6.2 Staatsgalerie Stuttgart	S. 143
	6.3 ZKM Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe	S. 148
	6.4 Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe	S. 152
	6.5 TECHNOSEUM Mannheim	S. 155
	6.6 Quellen Kapitel 6	S. 158
	ANHANG	S. 159
	Anhang 0. Kurzvita der Autoren	S. 160
	Anhang zu Kapitel 3. Statistische Analyse: Tabelle mit Übersicht der Eintrittsregelungen der untersuchten fünf baden-württembergischen Museen während der Untersuchung 2018	S. 161
	Anhang zu Kapitel 4. Expertendiskussionen: Diskussionsteilnehmer; Leitfaden; Tabellen mit Beispielaussagen	S. 163
	Anhang zu Kapitel 5. Besucherbefragung: ergänzende Ergebnisse der Besucherbefragung; Fragebögen	S. 194

EINLEITUNG: Ziele und methodisches Vorgehen der Untersuchung

Ziele der Untersuchung:

Freier Eintritt in Museen ist schon seit längerer Zeit ein Diskussionsthema. Viele Museen in Deutschland entwickelten in den letzten Jahren freie Eintrittsangebote, jedoch wurde nur in sehr wenigen Fällen vollständig auf Eintrittspreise verzichtet. Die Wirkungen von freiem Eintritt sind allerdings noch nicht umfassend erforscht. Das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg (MWK) beauftragte in diesem Zusammenhang eine Evaluation für den Untersuchungsgegenstand freier Eintritt in Dauerausstellungen an baden-württembergischen Landesmuseen.

Untersuchungsziel waren fundierte empirische Erkenntnisse zum Thema:

Überprüft werden sollte, inwieweit kostenfreier Museumseintritt ein wirkungsvolles Instrument zur Öffnung für neue Gruppen von Besuchern¹ sein kann.² Dieser sollte primär für Dauerausstellungen untersucht werden.

Hier war insbesondere die Frage, ob sich durch freien Eintritt die Besucherstruktur der Museen verändert und hierüber jüngere Personen und Personen aus „bildungsfernen Milieus“ erreicht werden.

Dabei wurde auch berücksichtigt, welche weiteren Instrumente zur Öffnung der Museen beitragen können.³

Methodisches Vorgehen der Untersuchung:

Auftragsgemäß wurden dabei exemplarisch fünf Museen einbezogen (vier baden-württembergische Landesmuseen und das ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe⁴). Die Museen decken verschiedene Museumsgattungen, Standorte sowie Angebotssituationen zum freien Eintritt ab, die folgende Tabelle zeigt:

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird die männliche Form in der Bezeichnung von Personen verwendet. Die Bezeichnungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.

² „**Neue Gruppen von Besuchern**“ werden hier, neben Alter und Bildungsabschluss, auch über Besuchshäufigkeiten (Erstbesucher der Museen sowie Personen, die im Allgemeinen seltener in Museen gehen) und weitere Merkmale ermittelt. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass derartige einzelne Indikatoren einen komplexen Untersuchungsgegenstand wie Besucherstrukturen und Besuchsverhalten nicht erschöpfend vollumfänglich beschreiben können (vgl. auch Kapitel 1.2).

³ **Weitere Instrumente zur Öffnung der Museen** wurden ergänzend neben freiem Eintritt analysiert, vorwiegend in den Experteninterviews an den fünf Museen und in der Besucherbefragung waren diese Teil der Fragestellungen. Der Schwerpunkt der Untersuchung wurde auf den freien Eintritt gelegt, da insbesondere bei weiteren Instrumenten eine sehr museumsspezifische Betrachtung notwendig ist.

⁴ Das ZKM Karlsruhe hat innerhalb der baden-württembergischen Landesmuseen eine Sonderrolle (Stiftung von Stadt Karlsruhe und Land Baden-Württemberg getragen), daher wird es separat genannt. Zur besseren Lesbarkeit wird an einigen Stellen von „fünf Landesmuseen“ gesprochen.

Tab. 0: für die Untersuchung ausgewählte baden-württembergische Landesmuseen

Museum	Standort	Museums-gattung	freie Eintrittsangebote im Erhebungszeitraum
Landesmuseum Württemberg (LMW, Altes Schloss)	Stuttgart	Kultur-geschichte	<ul style="list-style-type: none"> freier Eintritt in Schausammlungen 2018/19 im Stuttgarter Alten Schloss, zusätzlich auch im Haus der Musik sowie im Museum der Alltagskultur im Schloss Waldenbuch⁵
Staatsgalerie Stuttgart (SGS)	Stuttgart	Kunst	<ul style="list-style-type: none"> freier Eintritt 1.5.-26.8.18 in die Sammlung und Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“ freier Eintritt mittwochs in die Sammlung freier Eintritt täglich für Studierende und Auszubildende in die Sammlung freier Eintritt täglich für bis 20-Jährige in alle Ausstellungen
ZKM Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe (ZKM)	Karlsruhe	Kunst	<ul style="list-style-type: none"> freier Eintritt 20.10.17-8.8.18/1.9.18-7.4.19, mehrfach verlängert bis 2.6.19 in die Sonderausstellung „Open Codes“ freier Eintritt Freitagnachmittags in alle Ausstellungen
Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe (SMNK)	Karlsruhe	Naturkunde	<ul style="list-style-type: none"> freier Eintritt Freitagnachmittags in Dauerausstellung und kleine Sonderausstellungen
TECHNOSEUM Mannheim	Mannheim	Technik-geschichte	<ul style="list-style-type: none"> gegenwärtig kein spezielles freies Eintrittsangebot, nur anlassbezogene einzelne freie Tage

Zur Beantwortung der Untersuchungsfragen wurden mehrere Methoden verwendet:

A PERSPEKTIVE 1: LITERATUR UND FORSCHUNGSSTAND

Eintrittspreise als Besuchsbarriere - Erkenntnisse aus der Nicht-Besucherforschung

Um die Bedeutung des Eintritts als Besuchsbarriere für Nicht-Besucher von Museen zu analysieren, wurden verfügbare Bevölkerungs- und Nicht-Besucherstudien ausgewertet. Dabei wurden insbesondere Ergebnisse zu Barrieren sowie Einstellungen zum Eintrittspreis untersucht.

Auswertung vorhandener Literatur und Studien zu freiem Museumseintritt

Im Rahmen der Sekundäranalyse wurde der aktuelle Forschungsstand zum Thema freier Eintritt im deutschsprachigen Raum aufgearbeitet und zusammenfassend dargestellt. Ergänzend wurden aktuelle Praxisbeispiele und zentrale Befunde aus anderen Ländern, insbesondere Großbritannien, hinzugezogen.

B PERSPEKTIVE 2: MUSEEN

Statistische Analyse von Besuchszahlen und Eintrittspreisen an fünf ausgewählten baden-württembergischen Museen

Um an den ausgewählten fünf baden-württembergischen Landesmuseen in einer längerfristigen Perspektive Besucherresonanzen auf eintrittsfreie Angebote zu ermitteln, wurden Besucherstatistiken der fünf ausgewählten Museen ausgewertet. Weiterhin wurde deren vorhandene Eintrittspreisstruktur analysiert.

⁵ Für die Analyse zum Landesmuseum Württemberg wurde primär der freie Eintritt in die Schausammlungen im Stuttgarter Alten Schloss betrachtet.

Expertendiskussionen an fünf ausgewählten baden-württembergischen Museen

Die spezifischen Sichtweisen der fünf Museen wurden vertiefend in Expertendiskussionen im Juli und August 2018 erhoben. Mit Verantwortlichen mehrerer Abteilungen wurden jeweils die vorhandenen Erfahrungen zum freien Museumseintritt sowie zu weiteren Instrumenten der Museumsöffnung diskutiert. Zur Vorbereitung fanden davor Auftaktgespräche an den Häusern statt.

C PERSPEKTIVE 3: BESUCHER

Besucherbefragung an fünf ausgewählten baden-württembergischen Museen

Um Motive und Anreize für Museumsbesucher sowie die Bedeutung des freien Eintritts aus ihrer Sicht zu untersuchen, erfolgten im August und September 2018 Besucherbefragungen. An den fünf Museen bestanden zum Untersuchungszeitpunkt verschiedene freie Eintrittsangebote, deren Wirkungen dabei analysiert wurden. Erhebungsinstrument waren an die Museen angepasste schriftliche Fragebögen, die persönlich verteilt und von den Museumsbesuchern selbst ausgefüllt werden. Über 3.500 Besucher ab 14 Jahren, die nicht im Gruppenverbund kamen, wurden auf diesem Weg befragt.

Analyse und Vergleich vorhandener Besucherstudien an fünf ausgewählten baden-württembergischen Museen

Um Veränderungen in der Besucherstruktur der Museen durch freie Eintrittsangebote zu ermitteln, erfolgte neben der aktuellen Besucherbefragung eine Analyse der vorliegenden Besucherstudien der letzten Jahre.

Es ist damit keine Studie für Museen in Deutschland bekannt, die das Untersuchungsthema in diesem Umfang aus verschiedenen Perspektiven analysiert und mehrere Methoden kombiniert.

KURZZUSAMMENFASSUNG: Argumente für/gegen freien Museumseintritt

Für eine Kurzübersicht listet folgende tabellarische Darstellung die ermittelten Hauptargumente auf, die für (+) oder gegen (-) kostenfreien Museumseintritt als wirkungsvolles Instrument einer Museumsöffnung sprechen können. Diese sind folgend nicht gewichtet oder priorisiert, sondern geben die vielfältigen Argumente wieder. Neben den Argumenten werden zu den jeweiligen Themenaspekten zu beachtende Punkte aufgeführt. Gegliedert ist die Darstellung nach Hauptkapiteln des vorliegenden Ergebnisberichts, in welchen die Argumente anschließend umfassend erläutert und belegt werden.

An die tabellarische Übersicht der Argumente schließt sich eine resümierende Antwort auf die Untersuchungsfragen sowie eine ausführlichere Zusammenfassung der Ergebnisse aus den jeweiligen Kapiteln an.

Inwieweit ist kostenfreier Museumseintritt in Dauerausstellungen ein wirkungsvolles Instrument zur Öffnung für neue Gruppen von Besuchern?		
A PERSPEKTIVE 1: LITERATUR UND FORSCHUNGSSTAND:		
1. Erkenntnisse aus der Nicht-Besucherforschung		
Themenaspekt	dafür (+)/dagegen (-) spricht	zu beachten
Eintrittspreis als Barriere	<ul style="list-style-type: none"> + Eintrittspreis wird in Studien als Barriere für Museumsbesuche genannt; häufig von Jüngeren und Geringverdienern - Eintrittspreis zeigt sich in Studien als nachrangige Barriere (wichtiger u.a. kein Interesse, Zeitmangel, fehlendes Angebot); qualitative Befragungen zeigen, dass Preis als Barriere auch vorgeschoben wird 	<ul style="list-style-type: none"> • Eintrittspreis als <u>Besuchsbarriere</u> steht einem vorhandenen Besuchsinteresse im Weg • Barriere Eintrittspreis lässt sich nicht isolieren; Besuchsentscheidungen immer subjektives Abwägen mehrerer Motive/Barrieren/Nutzen
2. Auswertung vorhandener Literatur und Studien zu freiem Museumseintritt		
Effekte auf Besuchszahlen	<ul style="list-style-type: none"> + bei freiem Eintritt steigen in vielen, aber nicht in allen Fällen die Besuchszahlen +/- Besuchszahlen entwickeln sich unterschiedlich: z.B. schnelle Steigerung nach Einführung (Attraktionseffekt) oder langsame und langfristige Steigerung 	<ul style="list-style-type: none"> • kaum langfristige Befunde zu Effekten in deutschen Museen • Besuchszahlen nicht gleichzusetzen mit <u>Besucherzahlen</u>
Effekte auf Besucherstrukturen	<ul style="list-style-type: none"> + bei freiem Eintritt kommen mehr jüngere Besucher und Wiederholungsbesucher + freier Eintritt ermöglicht Kurzbesuche und unkompliziertere Besuche - es ist davon auszugehen, dass freier Eintritt v.a. bereits grundsätzlich interessiertes Publikum anspricht - positive Wirkung auf sozial Benachteiligte/Bildungsferne konnte bisher nicht nachgewiesen werden 	<ul style="list-style-type: none"> • Wirkung lässt sich nicht isolieren, parallel u.a. erhöhte Aufmerksamkeit, andere Angebote der Museen • Unterschiede nach Situation der Museen, u.a. Standort, Gattung • Effekte sind langfristig zu prüfen

<p>Kosten/ Finanzierung</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ausfall von Eintrittseinnahmen - Mehrkosten bei höherem Besucheraufkommen - keine Kompensation durch Sekundärausgaben (Gastronomie/Shop) oder Spenden der Besucher - bei Rückkehr zu Eintrittspreisen nach freiem Eintritt sehr hoher Besucherrückgang zu erwarten 	<ul style="list-style-type: none"> • Kompensation muss Kostensteigerungen berücksichtigen • Kompensation ist langfristig zu klären
<p>Wert- schätzung</p>	<p>+ mangelnde Wertschätzung des kostenfreien Museumsangebots („Was nichts kostet, ist nichts wert“) nicht nachgewiesen</p>	

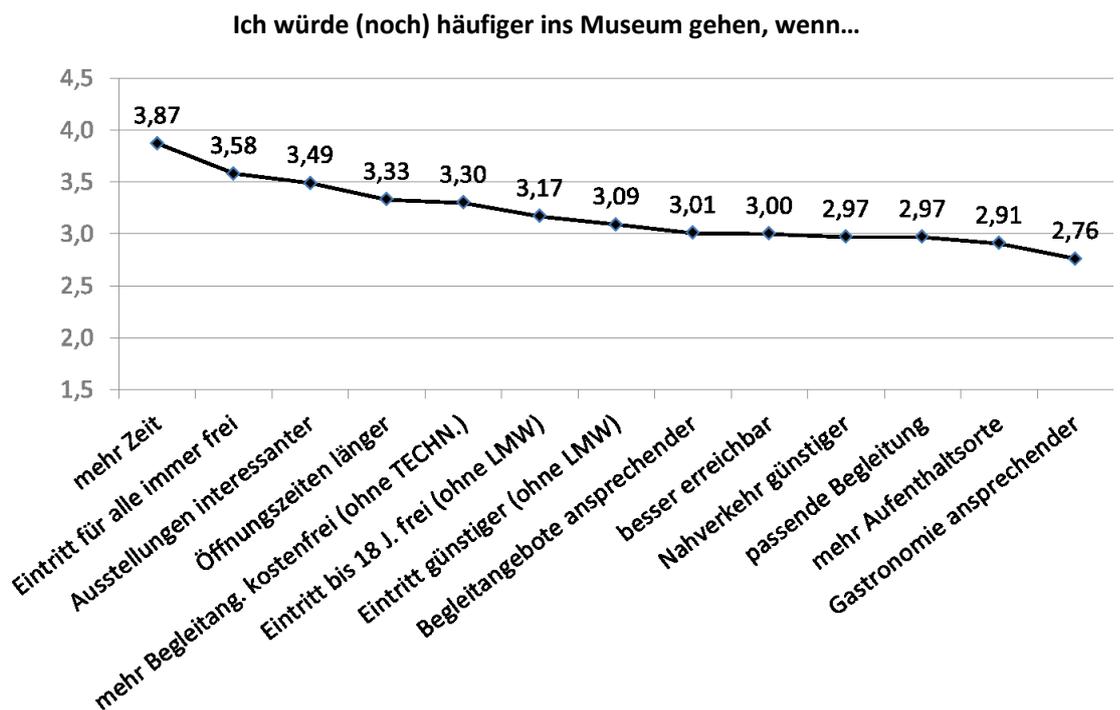
Inwieweit ist kostenfreier Museumseintritt in Dauerausstellungen ein wirkungsvolles Instrument zur Öffnung für neue Gruppen von Besuchern?		
B PERSPEKTIVE 2: MUSEEN		
3. Statistische Analyse von Besuchszahlen und Eintrittspreisen an fünf ausgewählten Museen (LMW, SGS, ZKM, SMNK, TECHNOSEUM)		
Themenaspekt	dafür (+)/dagegen (-) spricht	zu beachten
Effekte auf Besuchszahlen	<p>+ eintrittsfreie Angebote an untersuchten Museen haben teilweise starke Wirkung auf Besuchszahlen (z.B. LMW, Schausammlungen im Alten Schloss: 2018 insgesamt ca. doppelt so viele Besuche wie 2017),</p> <p>+/- teilweise schwächere Wirkung auf Besuchszahlen (z.B. Jubiläumsausstellung SGS, je nach Dauer der Maßnahme)</p> <p>+/- Entwicklung kann unterschiedlich verlaufen; Bsp. LMW Schausammlungen im Alten Schloss: 2018 insgesamt ca. doppelt so viele Besuche wie 2017, aber teils monatliche Schwankungen; Bsp. SGS: eintrittsfreier Mittwoch scheint sich langsam und langfristig zu etablieren.</p> <p>+/- eintrittsfreie Angebote können Verschiebungen der Besuchszeiten bewirken, z.B. auf eintrittsfreie Tage auf Kosten anderer Tage</p> <p>- negative Auswirkungen auf Zahlungsbereitschaft für Sonderausstellungen durch freie Dauerausstellungen kann vermutet werden</p>	<ul style="list-style-type: none"> • frühzeitige Kommunikation des Angebots notwendig, da Unterschiede in Resonanz je nach Kommunikationsmaßnahmen • schwierige Planbarkeit, Erfolg nur langfristig zu bewerten
4. Expertendiskussionen an den fünf ausgewählten Museen		
Positionierung der Museen/ uneinheitliche Einführung	<p>+ Mehrheit der untersuchten Museen spricht sich für freien Eintritt aus (LMW, SGS, ZKM)</p> <p>- SMNK und TECHNOSEUM haben allerdings Bedenken gegen eine pauschale Einführung des freien Eintritts</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Auswirkungen bedenken, wenn freier Eintritt nicht an allen Landesmuseen eingeführt wird • Herausforderung für Kommunikation bei uneinheitlicher Regelung
Preis als Barriere/ Museumsöffnung	<p>+ freier Eintritt kann helfen, finanzielle Schwellen abzubauen</p> <p>+ freier Eintritt kann größere Gleichbehandlung der Besucher ermöglichen</p> <p>- SMNK und TECHNOSEUM sehen Eintrittspreise nicht als entscheidende Barriere, sehen breites Publikum als erreicht</p> <p>- vorhandenes Preisniveau wird aus Sicht aller Museen als niedrig eingeschätzt, wenig Besucherbeschwerden</p>	<ul style="list-style-type: none"> • freier Eintritt wird von allen Museen als eines von vielen Instrumenten zur Öffnung der Museen betrachtet
Dauer- und/oder Sonderausstellungen	<p>+ Dauerausstellungen können durch freien Eintritt attraktiver und Besuchszahlen erhöht werden</p> <p>- Dauerausstellungen sind bereits besonders besuchsstärke Ausstellungen in einigen untersuchten Museen (SMNK, TECHNOSEUM, auch ZKM)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • deutliche Unterschiede nach Gattungen und Bedeutung von Dauer- und Sonderausstellung

Kosten/ Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> - steigende Kosten für Personal, Sanitäranlagen, Restaurierung etc. durch erhöhtes Besuchsaufkommen bei freiem Eintritt - Kapazitätsprobleme durch erhöhtes Besuchsaufkommen, notwendige Besuchersteuerung, Sicherheitsbedenken 	<ul style="list-style-type: none"> • Planungssicherheit durch langfristige und dynamische Kompensation notwendig • Auswirkungen auf Beteiligung privater Förderer/Sponsoren unklar
Bindungs- instrumente/ Vermittlung	<ul style="list-style-type: none"> - Jahreskarten, Museumspässe, Fördervereine könnten an Attraktivität verlieren 	<ul style="list-style-type: none"> • unterschiedliche Auswirkungen auf Nutzung von Vermittlungsangeboten möglich
Konkurrenz	<ul style="list-style-type: none"> + Möglichkeit, Konkurrenz anderer eintrittsfreier Museen zu begegnen - Gefahr, Konkurrenz unter Museen zu schaffen 	<ul style="list-style-type: none"> • Auswirkungen auf Konkurrenzsituation, z.B. andere Museen in Stadt, nicht bekannt
Weitere Instrumente der Museums- öffnung	<p>alle Museen nennen weitere Instrumente zur Öffnung: v.a. zielgruppenspezifische Vermittlungsangebote, Begleitprogramme, Veranstaltungen / Serviceangebote / digitale Angebote;</p> <p>weitere beispielhaft genannte Instrumente: Verankerung von Museumsbesuchen in Bildungsplänen / verbesserte Erreichbarkeit / längere Öffnungszeiten / Forschung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • museumsspezifische Betrachtungsweise erforderlich, welche Instrumente jeweils am wirkungsvollsten sein können

Inwieweit ist kostenfreier Museumseintritt in Dauerausstellungen ein wirkungsvolles Instrument zur Öffnung für neue Gruppen von Besuchern?																										
C PERSPEKTIVE 3: BESUCHER																										
5. Besucherbefragung an den fünf ausgewählten Museen (3.509 schriftlich befragte Besucher ab 14 J., an Tagen mit und ohne eintrittsfreie Angebote im Aug./Sept. 2018)																										
Themenaspekt	dafür (+)/dagegen (-) spricht	zu beachten																								
Effekte/ freier Eintritt Besuchsgrund	+ freier Eintritt hat Effekte, wird als Besuchsgrund genannt von 33% (53% nur wenn das freie Eintrittsangebot vorher bekannt war), neben weiteren Besuchsgründen	• vorhandene freie Eintrittsangebote 38% unbekannt; müssten z.T. umfangreicher beworben werden																								
	<p>Abb. C5 10/11: Bekanntheit des freien Eintritts und Nennung als Besuchsgrund</p> <table border="1"> <caption>Data for Abb. C5 10/11</caption> <thead> <tr> <th>Gruppe</th> <th>wg. freien Eintritt gekommen</th> <th>nicht wg. freien Eintritt gekommen</th> <th>freier Eintritt nicht bekannt</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>alle Befragten an Tagen mit freien Eintrittsangeboten (n=2.452)</td> <td>33%</td> <td>29%</td> <td>38%</td> </tr> <tr> <td>nur Befragte mit Kenntnis des freien Eintrittsangebots (n=1.532)</td> <td>53%</td> <td>47%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>		Gruppe	wg. freien Eintritt gekommen	nicht wg. freien Eintritt gekommen	freier Eintritt nicht bekannt	alle Befragten an Tagen mit freien Eintrittsangeboten (n=2.452)	33%	29%	38%	nur Befragte mit Kenntnis des freien Eintrittsangebots (n=1.532)	53%	47%	0%												
Gruppe	wg. freien Eintritt gekommen	nicht wg. freien Eintritt gekommen	freier Eintritt nicht bekannt																							
alle Befragten an Tagen mit freien Eintrittsangeboten (n=2.452)	33%	29%	38%																							
nur Befragte mit Kenntnis des freien Eintrittsangebots (n=1.532)	53%	47%	0%																							
	+ insbesondere im LMW, Altes Schloss ist freier Eintritt ein häufiger Besuchsgrund	• Befragungszeitraum zum Teil in Sommerferien kann Einfluss auf Ergebnisse haben																								
	<p>Abb. C5 10: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach Museen unterschieden</p> <table border="1"> <caption>Data for Abb. C5 10</caption> <thead> <tr> <th>Museum</th> <th>wg. freien Eintritt gekommen</th> <th>nicht wg. freien Eintritt gekommen</th> <th>freier Eintritt nicht bekannt</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>LMW, Altes Schloss (n=724)</td> <td>43%</td> <td>20%</td> <td>37%</td> </tr> <tr> <td>SGS mit Jubiläumsausst. (n=368)</td> <td>40%</td> <td>36%</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>SGS ohne Jubiläumsausst. (n=271)</td> <td>18%</td> <td>29%</td> <td>53%</td> </tr> <tr> <td>ZKM (n=735)</td> <td>26%</td> <td>39%</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>SMNK (n=352)</td> <td>32%</td> <td>23%</td> <td>45%</td> </tr> </tbody> </table>		Museum	wg. freien Eintritt gekommen	nicht wg. freien Eintritt gekommen	freier Eintritt nicht bekannt	LMW, Altes Schloss (n=724)	43%	20%	37%	SGS mit Jubiläumsausst. (n=368)	40%	36%	24%	SGS ohne Jubiläumsausst. (n=271)	18%	29%	53%	ZKM (n=735)	26%	39%	35%	SMNK (n=352)	32%	23%	45%
Museum	wg. freien Eintritt gekommen	nicht wg. freien Eintritt gekommen	freier Eintritt nicht bekannt																							
LMW, Altes Schloss (n=724)	43%	20%	37%																							
SGS mit Jubiläumsausst. (n=368)	40%	36%	24%																							
SGS ohne Jubiläumsausst. (n=271)	18%	29%	53%																							
ZKM (n=735)	26%	39%	35%																							
SMNK (n=352)	32%	23%	45%																							
	- freier Eintritt ist häufig nicht alleiniger Besuchsgrund, u.a. auch Dauer-/Sonderausstellungen, Überblick - Mehrheit der Befragten wäre auch gekommen, wenn es Eintritt gekostet hätte; mehrheitlich an allen Museen																									
	<p>Abb. C5 12: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte?</p> <table border="1"> <caption>Data for Abb. C5 12</caption> <thead> <tr> <th>Gruppe</th> <th>auf jeden Fall</th> <th>eher ja</th> <th>unentschieden</th> <th>eher nein</th> <th>auf keinen Fall</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>alle Befragten an Tagen mit freien Eintrittsangeboten (n=2.261)</td> <td>57%</td> <td>17%</td> <td>12%</td> <td>12%</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>nur Befragte mit Kenntnis des freien Eintrittsangebots (n=1.341)</td> <td>27%</td> <td>28%</td> <td>21%</td> <td>20%</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table>		Gruppe	auf jeden Fall	eher ja	unentschieden	eher nein	auf keinen Fall	alle Befragten an Tagen mit freien Eintrittsangeboten (n=2.261)	57%	17%	12%	12%	2%	nur Befragte mit Kenntnis des freien Eintrittsangebots (n=1.341)	27%	28%	21%	20%	4%						
Gruppe	auf jeden Fall	eher ja	unentschieden	eher nein	auf keinen Fall																					
alle Befragten an Tagen mit freien Eintrittsangeboten (n=2.261)	57%	17%	12%	12%	2%																					
nur Befragte mit Kenntnis des freien Eintrittsangebots (n=1.341)	27%	28%	21%	20%	4%																					
	- Besucher im TECHNOSEUM schätzen die dortigen Eintrittspreise mehrheitlich als angemessen ein																									

Effekte auf Besucherstrukturen	<ul style="list-style-type: none"> + Besuchsgrund freier Eintritt wird häufiger genannt von Jüngeren, Geringverdienern, seltenen Museumsgängern, Erstbesuchern + bei freiem Eintritt erfolgen mehr spontane und kürzere Besuche - Besuchsgrund freier Eintritt wird von Besuchern ohne Hochschulabschluss nicht signifikant häufiger genannt 	<ul style="list-style-type: none"> • zwischen untersuchten Museen bestehen große Unterschiede in Publikumsstrukturen und Besucherverhalten: LMW, Altes Schloss: viele Erstbesucher, Touristen, Spontanbesucher wegen des freien Eintritts; SMNK/TECHNOSEUM: deutlich mehr Familien im Publikum
Kosten/ Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> - Besucher, die wegen des freien Eintritts kommen, geben weniger im Museum aus 	
Dauer- und/ oder Sonderausstellungen	<ul style="list-style-type: none"> - Besucher, die wegen des freien Eintritts kommen, besuchen seltener zusätzlich kostenpflichtige Ausstellungen 	
Besuchsanreiz freier Eintritt und weitere Instrumente	<p>Besucher würden öfter ins Museum kommen, insbesondere wenn:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sie mehr Zeit hätten (Mittelwert 3,87 bei Skala von 5=auf jeden Fall bis 1=auf keinen Fall) + der Eintritt für alle frei wäre (Mittelwert 3,58) - die Ausstellungen interessanter wären (Mittelwert 3,49) - die Öffnungszeiten länger wären (Mittelwert 3,33) + Begleitangebote kostenfrei wären (Mittelwert 3,30) + der Eintritt für Kinder/Jugendliche frei wäre (3,17); v.a. Jüngere und Familien 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiede zwischen Museen bei Besuchsanreizen, u.a. abhängig von vorhandenen freien Eintrittsangeboten • Aussagen könnten „Lippenbekenntnisse“ sein

Abb. (im Ergebnisbericht siehe Tab. C5 6): Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen (Mittelwerte von 5=auf jeden Fall bis 1=auf keinen Fall)



Inwieweit ist kostenfreier Museumseintritt in Dauerausstellungen ein wirkungsvolles Instrument zur Öffnung für neue Gruppen von Besuchern?		
6. Zusammenfassung der Ergebnisse für die fünf untersuchten Museen und Vergleich mit Besucherstudien		
Themenaspekt	dafür (+)/dagegen (-) spricht	zu beachten
Effekte/ freier Eintritt Besuchsgrund	<ul style="list-style-type: none"> + im LMW belegt eine interne Besucherstudie vorliegende Ergebnisse zu starken Effekten des freien Eintritts 2018 + in der SGS wurden bereits 2009 freie Eintrittsmonate evaluiert, diese Ergebnisse bestätigen ähnliche Wirkungen des freien Eintritts wie vorliegend - weitere Studien an der SGS ergaben keine eindeutigen Effekte der Angebote zu freiem Eintritt mittwochs oder für Jugendliche 	<ul style="list-style-type: none"> • bisherige Besucherstudien der untersuchten Museen liefern nur teilweise umfassende Ergebnisse über einen längeren Zeitraum • Effekte sind langfristig zu prüfen
Effekte auf Besucher- strukturen	<ul style="list-style-type: none"> - im Vergleich mit bisherigen Besucherstrukturen ohne freien Eintritt an den Museen konnten insgesamt keine grundlegenden Strukturveränderungen durch freie Eintrittsangebote festgestellt werden 	

RESÜMEE: Beantwortung der Untersuchungsfrage

Ist kostenfreier Museumseintritt ein wirkungsvolles Instrument zur Öffnung für neue Gruppen von Besuchern?

- Die Untersuchung zeigt keine einheitlichen Wirkungen des freien Eintritts an allen Museen, daher ist keine eindeutige Aussage möglich und eine differenzierte Betrachtung notwendig.
- Unterschiede nach Museumsgattung, Bedeutung von Dauer- und Sonderausstellungen, vorhandener Publikumsstruktur, Standort der Museen und weiterer Spezifika sind zu berücksichtigen.
- Kostenfreier Museumseintritt wirkt in unterschiedlicher Weise auf Menge und Zusammensetzung des Publikums:
 - Kurzfristig bewirkt freier Eintritt mehrheitlich steigende Besuchszahlen der Museen. Langfristige Effekte des freien Eintritts sind für deutsche Museen bisher kaum analysiert.
 - An einigen der untersuchten Museen war freier Eintritt ein häufig genannter Besuchsgrund und Anreiz für weitere Besuche. Die Mehrheit wäre aber auch gekommen, wenn es Eintritt gekostet hätte.
 - Neue Gruppen von Besuchern werden nur teilweise durch freien Eintritt erreicht (siehe folgend Veränderung der Besucherstruktur). Eintrittspreise werden in vielen Studien als Besuchsbarrieren genannt, zeigen sich aber gegenüber anderen Barrieren als nachrangig.

Verändert sich durch freien Eintritt die Besucherstruktur der Museen?

Die Besucherstruktur der Museen verändert sich in Teilen durch freien Museumseintritt. Eine grundlegende Veränderung durch freien Eintritt lässt sich nicht bestätigen, denn:

- **Jüngere Personen** werden mit freiem Eintritt in stärkerem Maße erreicht als ohne die Maßnahme. Voraussetzung ist ein Grundinteresse der Besucher an Museen.
- **Personen mit formal niedrigeren Bildungsabschlüssen** werden durch freien Museumseintritt nicht stärker erreicht.
- Ebenso ist nicht eindeutig nachweisbar, dass mehr **Personen mit geringem Einkommen** (die nicht jung sind), durch freien Museumseintritt erreicht werden.
- **Personen, die im Allgemeinen selten in Museen gehen**, werden durch freien Eintritt nicht mehrheitlich erreicht. Der freie Eintritt als Besuchsgrund hat für die erreichten seltenen Museumsbesucher aber eine höhere Bedeutung als für häufige Museumsbesucher.
- Eine Steigerung der **Erstbesucheranteile** durch freien Eintritt ist an einigen der untersuchten Museen festzustellen. Dies ist unterschiedlich nach Museum und konkreter Eintrittsmaßnahme, unter Erstbesuchern sind zudem zum Teil viele Touristen.
- Zugleich kommen **Stammbesucher** bei freiem Eintritt öfter in die Museen, d.h. die bestehende Publikumsstruktur manifestiert sich (häufig älteres, gebildetes, einkommensstarkes Publikum).
- Zu beachten ist, dass Besucher bei freiem Eintritt kürzer im Museum verweilen und weniger in Café oder Shop ausgeben.

Zu empfehlen:

- Wirkungen von freiem Museumseintritt und von Eintrittspreisen als Besuchsbarrieren lassen sich nicht isoliert von anderen Faktoren analysieren, daher sind stets weitere Bedingungen einzubeziehen.
- Zwischen den untersuchten Museen bestehen große Unterschiede, eine einheitliche Betrachtung ist nicht sinnvoll. Auch die Positionierung der Museen unterscheidet sich: Während einige Museen die Einführung von freiem Eintritt stark befürworten, haben andere Museen große Bedenken. Unterschiedliche Modelle der Eintrittspreisgestaltung je nach Museum sind zu prüfen. Dabei ist die Kommunikation dieser unterschiedlichen Modelle zu beachten.
- Die Konzentration auf freien Eintritt nur in Dauerausstellungen ist zu überdenken, da diesbezüglich deutliche Unterschiede zwischen den Museumsgattungen und ihrer Bedeutung von Dauer- und Sonderausstellung bestehen.
- Eine nur temporäre Einführung von freiem Museumseintritt ist nicht zu empfehlen. Bei Abschaffung des freien Eintritts droht ein deutlicher Rückgang der Besuchszahlen.

Ergänzung des methodischen Vorgehens:

- Die Primärerhebung erfolgte auftragsgemäß an fünf der zwölf baden-württembergischen Landesmuseen (inkl. ZKM). Es wurden zwar exemplarisch Museen verschiedener Gattungen, Standorte sowie Angebotssituationen zum freien Eintritt einbezogen, dennoch können diese fünf Museen nicht vollumfänglich für alle baden-württembergischen Landesmuseen und deren spezifische Bedingungen stehen.
- Der Erhebungszeitraum der Besucherbefragung im August/September 2018 bezog Zeiten mit und ohne Sommerferien sowie verschiedene Wochentage mit ein, der Vergleich mit vorhandenen Besucherstudien der letzten Jahre stützt die ermittelten Ergebnisse ab. Trotzdem ist darauf hinzuweisen, dass der Erhebungszeitraum nicht aussagekräftig für alle Zeiträume des Jahres stehen kann. Insbesondere Unterschiede nach Sonderausstellungen und Jahreszeiten sind zu berücksichtigen.
- Befragt wurden Personen ab 14 Jahren, die nicht im Schulklassenverbund in die Museen kamen. Dass mit Schulklassen und Kindern wichtige Zielgruppen der Museen nicht in die Primärerhebung einbezogen werden konnten, ist zu beachten.
- Die Besucherbefragung war quantitativ angelegt, d.h. der Fragebogen war standardisiert mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten. Es waren zwar offene Fragen enthalten, eine standardisierte Befragung ermöglicht aber nicht das Stellen vertiefender Nachfragen.
- Ebenso wurden keine Nicht-Besucher der Museen in die Primärerhebung einbezogen. Erkenntnisse aus vorhandenen Bevölkerungs- und Nicht-Besucherstudien wurden analysiert, für die fünf Museen lagen aber wenig spezifische Ergebnisse zu ihren Nicht-Besuchern vor.

ZUSAMMENFASSUNG DER KAPITEL

A PERSPEKTIVE 1: LITERATUR UND FORSCHUNGSSTAND

Zusammenfassung 1: Eintrittspreise als Besuchsbarriere - Erkenntnisse aus der Nicht-Besucherforschung

- Eintrittspreise sind eine **Barriere** für Museumsbesuche, wenn sie einer **existierenden Motivation für Besuche** im Weg stehen.
- In der Literatur besteht Einigkeit darüber, dass Eintrittspreise eine Barriere für Kulturbesuche darstellen können. Allerdings gibt es **Unterschiede**: für Museen ist die Barriere weniger bedeutsam als z.B. für Theater- und Musikveranstaltungen. Weiterhin werden in Deutschland Eintrittspreise für Museumsbesuche in geringerem Maße als Barriere bewertet als in den meisten anderen europäischen Ländern.
- Auch auf die **verschiedenen potenziellen Besuchergruppen** wirken die Eintrittspreise in unterschiedlichem Maße als Barriere. Besonders junge Menschen und solche mit geringem Einkommen geben in Befragungen finanzielle Gründe als wichtige Besuchsbarriere an.
- Im **Vergleich zu anderen Barrieren** (v.a. kein Interesse, wenig Zeit, mangelndes Angebot, fehlende Begleitung) hat die Eintrittspreisbarriere aber in den verfügbaren Studien fast immer **nachrangige Bedeutung**. Qualitative Untersuchungen deuten zudem darauf hin, dass Befragte die Eintrittspreise bisweilen **als Barriere vorschoben**.
- Bei Betrachtung der Eintrittspreisbarriere ist zu berücksichtigen, dass Besuchsentscheidungen anhand **mehrerer, gleichzeitig wirkender Besuchsmotive** (bzw. Besuchsbarrieren) getroffen werden. Es handelt sich dabei um individuelle Kosten-Nutzen- bzw. Preis-Leistungs-Abwägungen. Der Preis als Entscheidungsvariable sollte theoretisch isoliert betrachtet werden, was in der Praxis aber kaum möglich erscheint und für die empirische Forschung eine Herausforderung darstellt.
- **Strukturelle Spezifika der Museen** (u.a. Region, Lage, bisherige Preise, Besuchszahlen, Besucherstruktur, andere Museen vor Ort) sind bei preislichen Überlegungen ebenso zu beachten wie **Image und Inhalt** – der Besuch etwa eines Kunstmuseums unterliegt z.T. anderen Motiven als der Besuch eines Naturkunde- oder Technikmuseums.

Zusammenfassung 2: Auswertung vorhandener Literatur und Studien zu freiem Museumseintritt

Die aktuelle Debatte um freien Eintritt in Museen in Deutschland

- Zunächst ist zwischen **inhaltlich, räumlich, zeitlich oder personell begrenzten Eintritt-frei-Angeboten** einerseits und der **vollständigen Abschaffung der Eintrittspreise** andererseits zu unterscheiden. Erstere sind bereits heute weit verbreitet, während ein prinzipieller Verzicht auf Eintrittsgelder bisher in Deutschland vorwiegend in kleinen, ehrenamtlich geführten Museen mit weniger als 5.000 Besuchen pro Jahr zu finden ist.
- Die Forderung nach freiem Eintritt in Museen wird u.a. damit begründet, dass Museen sich damit stärker **für neue Zielgruppen öffnen** („Kultur für alle“). Was genau unter ‚Öffnung‘ zu verstehen ist, wird nicht einheitlich diskutiert (siehe Definition für vorliegende Untersuchung in der Einleitung). Zumeist wird damit der Wunsch verbunden, insbesondere **‚junges Publikum‘** und **‚kulturferne Schichten‘** für Museumsbesuche zu gewinnen. Die Abgrenzung, was unter ‚jung‘ zu verstehen ist, erscheint ebenso problematisch wie die Charakterisierung von ‚museumsfern‘. In einer Art Umkehrschluss werden darunter bisweilen alle Bevölkerungskreise verstanden, die nicht dem ‚typischen‘ Hochkulturpublikum entsprechen (welches (verkürzt) als überdurchschnittlich alt, gebildet und einkommensstark gilt). Da die Maßnahme freier Eintritt auf den Abbau einer monetären Barriere abzielt, steht besonders der **sozioökonomische Faktor Einkommen** im Fokus.
- Als ergänzende Argumentationslinie wird u.a. angeführt, dass **in öffentlichem Eigentum befindliche Sammlungen** der Öffentlichkeit frei zugänglich sein sollten. Damit ließe sich allerdings auch für freien Eintritt in Theater oder andere öffentliche Kulturangebote argumentieren. Jenseits der Museen ist jedoch kaum ein öffentlicher Diskurs dergleichen festzustellen.
- Weiter solle mit dem freien Eintritt einem **„Besucherschwund“ in deutschen Museen** begegnet werden. Auch wenn die Freizeitkonkurrenz wächst, ist ein solcher langfristig nicht festzustellen: Die Besuchszahlen sind kontinuierlich gestiegen.

Potenzielle Wirkungen des freien Eintritts in Museen

Die verfügbaren Berichte und Evaluationen von Museen, die freien Eintritt anbieten oder angeboten haben, zeigen **unterschiedliche Effekte**:

- Die Abschaffung von Eintrittspreisen führt meistens, jedoch nicht in allen Fällen, zu **ansteigenden Besuchszahlen**. Auch der Verlauf ist unterschiedlich: bisweilen ist ein kurzfristiger Attraktionseffekt mit drastischen Anstiegen festzustellen, in anderen Fällen hat der freie Eintritt keine oder eher langfristige Effekte. Wichtig erscheint also stets eine **längerfristige Betrachtung**.
- Der Anstieg der Besuchszahlen ist zum einen einer **höheren Besuchsintensität des Stammpublikums** zuzuschreiben, d.h. das bestehende Publikum kommt öfter. Dies kann neben einer sog. Verhaltensbindung (wiederholter Besuch) auch zu einer höheren sog. Einstellungsbindung (Bedeutung von Kunst und Kultur im Leben) führen.

- Zumeist steigt zum anderen auch der **Anteil der Erstbesucher**. Als solche gelten in Umfragen häufig alle, die länger nicht mehr im Museum waren. Für Teile dieser Erstbesucher ist der freie Eintritt der maßgebliche Besuchsanlass.
- Der freie Eintritt führt gleichzeitig dazu, dass die **Aufenthaltsdauer im Museum sinkt**, was im Zusammenhang mit der Besuchshäufigkeit und dem Entfall des ‚monetären Opfers‘ steht. Die sonst längere Verweildauer wird gewissermaßen auf mehrere Besuche verteilt. Kurzbesuche, um nur ein oder wenige Werke/Objekte zu sehen, nehmen zu.
- Der freie Eintritt wird **von jungen Menschen gut angenommen**, entsprechend steigt der Anteil dieses Besuchersegments. Fraglich ist, wie stark diese Verjüngung auf die Gesamtbesucherstruktur wirkt. Es ist zugleich aber davon auszugehen, dass bei den erreichten jüngeren Besuchern ein **grundsätzliches Interesse am Museum vorliegt**. Auf bisher nicht interessiertes junges Publikum wirkt der entfallende Eintrittspreis nicht besuchsfördernd. Zudem ist zu berücksichtigen, dass ‚jung‘ in Untersuchungen meist Altersgruppen bis Mitte 30 einschließt.
- Es konnte bisher in keiner Untersuchung festgestellt werden, dass freier Eintritt eine positive **Wirkung auf Besuche von sozial benachteiligten Bevölkerungskreisen** hat oder gar die vielerorts etablierte Publikumsstruktur (verkürzt: mehrheitlich Akademiker) dauerhaft und substantiell zu verschieben vermag.
- Über **Wechselwirkungen** zwischen Dauerausstellungen mit freiem Eintritt und **kostenpflichtigen Sonderausstellungen** ist bisher wenig bekannt. Ob mehr oder weniger Besuche in Sonderausstellungen erfolgen, wenn der Eintritt in die Dauerausstellung frei ist, ist nicht eindeutig zu klären. Gewisse „Kannibalisierungseffekte“ der eintrittsfreien Angebote können in Teilen des Publikums allerdings vermutet werden.
- Es sind keine Hinweise darauf zu finden, dass mit dem freien Eintritt eine Wahrnehmung der Museumsleistung als ‚minderwertig‘ einhergeht (**„Was nichts kostet, ist nichts wert“**). Dies wird zwar in der Diskussion befürchtet, erstreckt sich anscheinend aber nicht auf freien Eintritt in Museen, der kulturelle Wert scheint anerkannt.
- Auch bezüglich der Wirkung von freiem Eintritt eines Museums auf die **Besuchszahlen eines anderen Museums vor Ort** liegen bisher kaum empirische Daten vor. Das Problem wird jedoch stark diskutiert, u.a. im Fall des Humboldt Forums Berlin.
- Als finanzielle Wirkung ist vor allem zu klären, wie der **Ausfall der Eintrittseinnahmen langfristig kompensiert** werden kann. Laut Abfrage des MWK unter den baden-württembergischen Landesmuseen aus 2017 wären für den freien Eintritt in die Dauerausstellungen jährlich knapp 2 Mio. Euro zur Verfügung zu stellen, für den freien Eintritt in Dauer- und Sonderausstellung etwas mehr als 5 Mio. Euro jährlich.
- Eine **Beteiligung privater Förderer** birgt das Risiko, dass die Maßnahme nur temporär wirken kann.
- Zudem sollte bei einem Besucherzuwachs durch freien Eintritt mit **Mehrkosten** gerechnet werden.

- Es ist bisher in keinem Versuch gelungen, den Wegfall von Eintrittseinnahmen durch **Sekundäreinnahmen** (Shop, Gastronomie usw.) zu kompensieren.
- Bei der **Rückkehr zu kostenpflichtigem Eintritt** ist mit einem **starken Besucherrückgang** zu rechnen, möglicherweise sogar unterhalb des Besucheraufkommens, das vor der Einführung galt.

Aktuelle Beispiele im Vergleich

Einige wenige Beispiele in Deutschland und im internationalen Vergleich liefern erste Erkenntnisse über die Wirkung des freien Eintritts. In Deutschland wird insbesondere das Museum Folkwang als erfolgreiches Beispiel für den Einsatz von freiem Eintritt diskutiert. International gelten die britischen Nationalmuseen als Vorreiter.

- Das **Museum Folkwang** konnte seine Besuchszahlen seit der Einführung der Maßnahme für die Dauerausstellung im Juni 2015 verdreifachen und gilt daher in Deutschland als beispielhaft für den Erfolg des freien Eintritts. Die Effekte auf die Besucherstruktur sind hingegen differenziert zu betrachten: Der überwiegende Teil des Zuwachses ist auf die gesteigerte Besuchintensität von Stammbesuchern zurückzuführen. Während junges Publikum das Angebot vergleichsweise gut annahm, konnte keine soziostrukturelle Veränderung des Publikums erreicht werden.
- In verschiedenen **europäischen Ländern** wurden Versuche unternommen, freien Eintritt in Museen zu etablieren. In der Regel handelt es sich dabei um weitgehend zentralistisch organisierte Staaten und deren sog. „Nationalmuseen“, d.h. Institutionen in nationaler Trägerschaft bzw. solche mit substanzieller Förderung durch die nationale Regierung. Etabliert hat sich die Maßnahme nur in Großbritannien, wo etwa 50 Häuser freien Eintritt in ihre Dauerausstellungen anbieten.
- Seit der Einführung des freien Eintritts 2001 haben die **britischen Museen unterschiedliche Wachstumsraten** bei den Besuchen verzeichnet. In den einzelnen Museen liegt die Steigerung bei 20%-80%, insgesamt stiegen die Besuche der Nationalmuseen um gut 40%. Die übrigen Effekte entsprechen weitgehend den oben genannten – kürzere Verweildauer, mehr junges Publikum, viele Erstbesuche, geringe Wirkung auf sozial benachteiligte Bevölkerungskreise.
- Ein Vergleich mit Deutschland wird neben einer hierzulande **fehlenden vergleichbaren nationalen Museumsstruktur** u.a. durch den Umstand erschwert, dass die besuchsstärksten britischen Museen in London liegen und rund 50% der Besuche auf **Touristen** entfallen.

B PERSPEKTIVE 2: MUSEEN

Zusammenfassung 3: Statistische Analyse von Besuchszahlen und Eintrittspreisen an fünf ausgewählten Museen

Datenlage & Auswertung

- Die fünf ausgewählten Museen (LMW, SGS, ZKM, SMNK, TECHNOSEUM) wurden gebeten, möglichst differenzierte Daten zu ihren **Besuchszahlen für den Zeitraum 1. Januar 2015 bis 30. Juni 2018** zur Verfügung zu stellen.⁶ Die zur Verfügung gestellten Daten unterschieden sich hinsichtlich Art, Umfang, Form und Detaillierungsgrad. Für einige relevante Fragestellungen können deshalb keine oder nur eingeschränkte Erkenntnisse gewonnen werden.
- Zu den Daten sind einige **Prämissen zu berücksichtigen**, die den Vergleich zwischen den fünf Institutionen erschweren. Unter anderem
 - kann die Statistikanalyse **nur quantitativ-deskriptive Aussagen** machen, d.h. die Gründe für bestimmte statistische Zusammenhänge können anhand des Datenmaterials allenfalls vermutet werden und sind ggf. qualitativ zu prüfen (vgl. Kapitel 4 Expertendiskussionen).
 - sind bei den Auswertungen stets die **Besonderheiten und inhaltlichen Unterschiede der Museen**, statistisch aber auch deren **Sondereffekte**, wie Veranstaltungen, Vermietungen, Vermittlungsarbeit, Eröffnungen u.ä. zu beachten.
 - wurden Zutritte von Mitgliedern der **Freundes- und Förderkreise** statistisch als freier Eintritt gewertet. Durch die Mitgliedsbeiträge werden aber durchaus Einnahmen generiert, die hier nicht sichtbar werden.

Aktuelle Rahmenbedingungen und Ticketstruktur

- Die **Öffnungszeiten** der Museen liegen zwischen 35 Stunden/Woche im ZKM (während der Sonderausstellung „Open Codes“ 39 Stunden/Woche) und 56 Stunden/Woche im TECHNOSEUM.
- Die **regulären Eintrittspreise** für die Dauerausstellungen betragen zwischen 5 und 9 Euro.
- Die fünf Museen gewähren bereits **in verschiedener Weise freien Eintritt** auch während des regulären Betriebs (siehe folgender Abschnitt).
- Darüber hinaus bieten die fünf Museen ein **umfangreiches Angebot an Ermäßigungen**.⁷ Die Ermäßigungen werden unterschiedlich gehandhabt. Zum Teil gilt ein fixer ermäßigter Eintrittspreis, zum Teil Sonderpreise. So kommt es zu einer Vielzahl unterschiedlicher, tatsächlich realisierter Preise.

⁶ Für das LMW wurden aufgrund der besonderen Situation – längerfristiger freier Eintritt in die Schausammlungen im Stuttgarter Alten Schloss seit dem 01.01.2018 – abweichend von den übrigen Institutionen Daten bis zum 31.12.2018 ausgewertet.

⁷ Darunter Ermäßigungen für Kinder und Jugendliche, Familien, Menschen in Ausbildung, Menschen mit Behinderung, Kooperationspartner, Sponsoren/Förderer, Funktionsträger (z.B. Presse) oder die Mitglieder von Berufsverbänden.

- Im Kalenderjahr 2017 wiesen die Landesmuseen **LMW (Altes Schloss), SMNK und TECHNOSEUM** grob vergleichbare **Absatzstrukturen** auf: +/- 20% regulärer, +/- 60% ermäßigter und +/- 20% freier Eintritt (bezogen auf alle abgesetzten Eintritte, d.h. auf Dauer- und Sonderausstellungen). Die Strukturen der Ermäßigungsberechtigungen sind ähnlich. Die **SGS** gewährt dagegen vielen der üblicherweise ermäßigungsberechtigten Besuchersegmente freien Eintritt, was zu einem sehr viel größeren Anteil an Freikarten von fast 50% führt.⁸

Analyse bestehender Angebote mit freiem Eintritt

Landesmuseum Württemberg (Altes Schloss):

- Das LMW bietet seit Anfang **2018 freien Eintritt für alle Besucher der Schausammlungen** im Stuttgarter Alten Schloss und im Haus der Musik sowie im Museum der Alltagskultur im Schloss Waldenbuch. Betrachtet wird vorliegend der freie Eintritt im Alten Schloss.
 - Die Maßnahme des freien Eintritts wirkte sich sichtbar auf die **Besuche dieser Schausammlungen** aus: Im Alten Schloss in Stuttgart wurde bis Jahresende 2018 insgesamt eine Verdopplung der Besuchszahlen in den dortigen Schausammlungen festgestellt.
 - **Monat-zu-Monat-Vergleich:** Während der ersten Wochen des Jahres 2018 gab es enorme Steigerungen der Besuchszahlen in den Schausammlungen im Alten Schloss gegenüber dem Vergleichszeitraum des Jahres 2017 (bis zu fünfmal so viele Besuche). In den folgenden Wochen glichen sich die Besuchszahlen kontinuierlich denen des Vorjahres an. Im Juni 2018 wurden trotz freiem Eintritt ebenso viele Besuche gezählt wie im Juni 2017. Zur Jahresmitte lag die Besuchszahl bereits auf dem Niveau des gesamten Vorjahres. In der zweiten Jahreshälfte pendelten sich die Besuchszahlen aber etwa beim Doppelten des jeweiligen Vorjahresmonats ein.
- Das bis 2017 jährlich im August angebotene **Format „Hitzefrei“** (freier Eintritt bei > 25°C Außentemperatur) zeigte ebenfalls erkennbare Wirkung. An Hitzefrei-Tagen kamen deutlich mehr Besucher als an Tagen mit regulärem Eintritt.
- Freier Eintritt in die Schausammlungen an jedem letzten Freitag im Monat (**„Schwabenrabatt“**), häufig kombiniert mit kostenlosen Führungen, bewirkte hingegen keine statistisch sichtbaren Effekte im Betrachtungszeitraum.

⁸ Das ZKM stellte keine entsprechenden Daten zur Verfügung.

Staatsgalerie Stuttgart:

Die SGS machte Besuchern im Betrachtungszeitraum **vielseitige Angebote mit freiem Eintritt**. Fast jede zweite Karte wurde im Jahr 2017 kostenlos abgegeben, im ersten Halbjahr 2018 war es aufgrund der Jubiläumsausstellung sogar noch mehr. Damit gewährt die SGS unter den betrachteten Museen dem mit Abstand höchsten Teil der Besucher freien Eintritt.

- Mit dem freien Eintritt für **alle Personen bis 20 Jahre** (in Sammlung und Sonderausstellungen) und für **alle in Ausbildung** (in die Sammlung), hat die SGS das weitreichendste Angebot für junges Publikum. Der Anteil dieses Publikums, gemessen an den abgesetzten Tickets, betrug zwischen 7% und 13%.
- Eine weitere Maßnahme ist der freie Eintritt in die **Sammlung an jedem Mittwoch** für jedermann. Diese führte 2015/16 zunächst nicht dazu, dass der Mittwoch besser angenommen wurde als andere Tage. Bezogen allein auf die Sammlung, scheint die Bedeutung dieses Wochentags allerdings zu wachsen: Während Besuche der Sammlung 2015 und 2016 nicht mehrheitlich am Mittwoch getätigt wurden, war der freie Mittwoch im Jahr 2017 der zweitstärkste Tag nach Sonntag, im 1. Halbjahr 2018 sogar der besuchsstärkste Tag.
- Ergänzt durch weitere Formen von **Freikarten** (u.a. für den Förderverein) wurden 2017 über 100.000 **freie Eintritte** gewährt. Im Jahr 2018 wird diese Zahl voraussichtlich weiter steigen, da allein in die Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“ (1.5. bis 26.8.18) insgesamt über 50.000 freie Eintritte erfolgten.

ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe:

Das ZKM bot bisher am **Freitagnachmittag freien Eintritt in alle Ausstellungen** an. Bedeutsam im Untersuchungszeitraum war die Ausstellung „Open Codes“, für die durchgehend kein Eintritt erhoben wurde.

Für die **Sonderausstellung „Open Codes“** (20.10.2017 bis 06.01.2019, bereits mehrmals verlängert, zuletzt bis 02.06.2019) wurde kein Eintritt erhoben. In den ersten acht Monaten bis zum Stichtag der Untersuchung am 30.06.2018 (etwa nach 2/3 der ursprünglich geplanten Ausstellungsdauer) wurden rund 100.000 Besuche in „Open Codes“ gezählt. Nach dem Ende der planmäßigen Dauer im Januar 2019 waren es Medienberichten zufolge 160.000 Besuche. Die Gesamtbesuchszahl im Jahr 2018 soll bei 260 Tsd. gelegen haben, was einem Zuwachs von etwa 20% gegenüber 2017 entspräche.

Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe:

Das SMNK bietet (neben den Karlsruher Museen ZKM, Badisches Landesmuseum und Städtische Galerie) seit Juli 2017 an **Freitagnachmittagen freien Eintritt in die Dauerausstellung** an. Das scheint diesem (in allen fünf Museen) eher schwachen Besuchstag geholfen zu haben: die durchschnittlichen Besuche an Freitagen in der Dauerausstellung stiegen im SMNK von rund 150 auf über 300 an. Insgesamt sind die Gesamtbesuchszahlen allerdings unverändert geblieben. Das Mehr am Freitag scheint auf Kosten der anderen Wochentage zu gehen. Wochenenden sind die mit Abstand wichtigsten Besuchstage im SMNK (ca. 800-1.000

Besuche durchschnittlich pro Wochenendtag). Samstage scheinen eine quantitativ größere Bedeutung zu haben als in anderen Museen.

TECHNOSEUM Mannheim:

Das TECHNOSEUM Mannheim geht am restriktivsten mit freiem Eintritt um. Nur **an ausgewählten Aktionstagen** gilt freier Eintritt für alle. Mit rund 16% hat das TECHNOSEUM den niedrigsten prozentualen Anteil an Freikarten unter den untersuchten Landesmuseen. Auch das TECHNOSEUM ‚lebt‘ von Besuchen am Wochenende. Vor allem sonntags kommen ca. dreimal so viele Besucher wie an anderen Tagen.

Zusammenfassung 4: Expertendiskussionen an fünf ausgewählten Museen

Um die Perspektive der fünf ausgewählten Museen zum Untersuchungsthema zu beleuchten, wurden in Expertendiskussionen mit Museumsvertretern die museumsspezifischen Sichtweisen und Erfahrungswerte erhoben. Die Museen haben **unterschiedliche Positionen zum freien Eintritt in Dauerausstellungen** (Beispielzitate siehe Tab. B4 1 in Kapitel 4):

- **drei Museen befürworten die Einführung:**

Landesmuseum Württemberg, Staatsgalerie Stuttgart, ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe

- **zwei Museen sprechen sich gegen die pauschale Einführung aus:**

Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe, TECHNOSEUM Mannheim

Zu beachten ist, dass diese Verteilung durch die vom MWK vorgegebene Auswahl der zu untersuchenden Museen bestimmt ist und keine Aussage über die Gesamtmeinungen aller baden-württembergischen Landesmuseen zulässt. Die Expertenrunden zielten demnach darauf ab, ausführliche Begründungen für diese unterschiedlichen Positionen der Museen zu erheben und die jeweiligen Argumente zu diskutieren.

Zu Beginn der Gespräche wurde die **Ausgangssituation der einzelnen Museen** hinsichtlich ihrer Eintrittspreise thematisiert (siehe Tab. B4 2 in Kapitel 4): Zu **Reaktionen der Besucher auf vorhandene Eintrittspreise** berichteten Gesprächspartner aller Museen, dass ihre Preise von vielen Besuchern als günstig beurteilt werden, insbesondere die Preise für Dauerausstellungen. Mit Beschwerden zu Eintrittspreisen sind sie weniger konfrontiert. Die **Museen selbst schätzen ihre Eintrittspreise** ebenfalls mehrheitlich als günstig ein und verweisen auch auf zahlreiche vorhandene Ermäßigungen.

Vier der fünf Museen machen aktuell **Erfahrungen mit verschiedenen freien Eintrittsangeboten** (außer TECHNOSEUM). Mehrheitlich berichteten die Interviewpartner, dass ihr Angebot gut angenommen wird und sie damit Erwartungen bestimmter Besuchergruppen erfüllen, insbesondere am LMW. An der SGS stiegen die Besuchszahlen der kostenfreien Jubiläumsausstellung in den ersten Monaten aber weniger deutlich als erwartet, wofür Gründe diskutiert wurden.

An den Museen lagen zum Erhebungszeitpunkt kaum empirische Belege zu Wirkungen ihrer freien Eintrittsangebote vor, weswegen die anschließende Besucherbefragung bedeutend ist.

Schwerpunkt der Gespräche waren **Argumente pro/kontra freien Eintritt in Dauerausstellungen** (siehe Tab. B4 3 in Kapitel 4). Zu sechs Themenbereichen bzw. Zielen wurden Argumente diskutiert:

- **durch freien Eintritt Besuchszahlen erhöhen, neue Zielgruppen ansprechen, Besucherverhalten verändern sowie Kommunikation vereinfachen**
- **durch freien Eintritt Niedrigschwelligkeit / Zugänglichkeit / Museumsöffnung erzielen**
- **Dauer- und/oder Sonderausstellungen als eintrittsfreie Ausstellungen**
- **Eintrittspreise zur Finanzierung / Steuerung / als Marketing- und Bindungsinstrument**

- **Sammlung als Eigentum des Landes allen Bürgern zugänglich machen**
- **Konkurrenzsituation begegnen**

Ein Hauptergebnis war, dass es zu nahezu allen **Themenaspekten jeweils Pro- und Kontra-Argumente der Experten** gab. Je nach Situation des Museums wurde häufig derselbe Aspekt konträr gesehen. Dabei waren auch die grundlegenden **Unterschiede zwischen den fünf Museen** entscheidend, wie Gattung, Rolle von Dauer- und Sonderausstellungen, Zielgruppen, Besuchszahlen, Standort oder Konkurrenzsituation.

Die beiden naturwissenschaftlichen Museen SMNK und TECHNOSEUM zeigten sich unter anderem skeptisch gegenüber **freiem Eintritt in Dauerausstellungen**, da bei ihnen die Dauerausstellungen besonders gut besucht und aufwändig in der Betreuung sind. Dauerausstellungen wird in diesen Museen eine andere Rolle als in Kunst- und kulturhistorischen Museen zugeschrieben. Im ZKM wurde zudem auf die Sonderrolle des Museums und seiner Ausstellungen verwiesen, dort sind die Ausstellungsformate gesondert zu betrachten, und so führte das ZKM andere Argumentationen für freien Eintritt in seine Ausstellungen an. Entsprechend war auch umstritten, ob **Sonderausstellungen** bei freiem Eintritt in Dauerausstellungen weiterhin kostenpflichtig angeboten werden sollten, was mit LMW und SGS zwei Museen befürworteten.

Auch der **Standort der Museen** bedingte Unterschiede in ihrer Sichtweise: Das LMW als Museum im Stadtzentrum mit „Laufkundschaft“ plädierte stärker für freien Eintritt als das TECHNOSEUM mit einem weniger zentralem Standort und erschwerter Erreichbarkeit.

Beispielhaft herauszugreifende ambivalente Diskussionspunkte waren, ob sich **durch freien Eintritt tatsächlich Publikumsstrukturen verändern**. Die Museumsvertreter führten dabei auch **Differenzen in den Publikal** der Museen an, die je nach Gattung bereits ein unterschiedlich breites Publikum erreichen. Einhellig wurde betont, dass die Museumsgattungen nur sehr eingeschränkt vergleichbar sind.

Das Verhalten der Besucher bei freien Eintrittsangeboten wurde ebenfalls abweichend eingeschätzt. Beispielsweise war umstritten, welche Wirkung freier Eintritt auf die **Nutzung von Vermittlungsangeboten** haben könnte, wobei manche Museen mehr und manche weniger Nutzung vermuteten. Ebenso wurde verschieden eingeschätzt, ob Besucher bei freiem Eintritt **mehr Sekundärausgaben im Museum tätigen**. Die naturwissenschaftlichen Museen verwiesen zudem auf **Kapazitätsprobleme**, die sie an manchen Tagen bei erhöhtem Besuchsaufkommen durch freien Eintritt hätten, insbesondere durch viele Gruppenbesucher. Die Sekundäranalyse (vgl. Kapitel 2 Auswertung vorhandener Literatur und Studien) nahm auf einige dieser Hauptargumentationsfelder bereits Bezug. Durch die museumsinternen Sichtweisen ergaben sich Ergänzungen und Vertiefungen sowie zusätzlich zu betrachtende Aspekte (u.a. operative Fragen, wie Umgang mit Museumspässen, Kooperationspartnern und Jahreskarten bei freiem Eintritt; Umgang mit Sponsoren und Freundeskreisen; logistische Fragen; spezifische Konkurrenzsituationen).

Entsprechend beschäftigten sich die Expertendiskussionen auch mit konkreten **Fragen der Umsetzung von freien Eintrittsangeboten an den Museen** (siehe Tab. B4 4):

- Alle Interviewpartner wiesen darauf hin, dass Effekte des freien Eintritts, wie das Ansteigen der Besuchszahlen, **nicht isoliert von anderen Einflussfaktoren betrachtet** werden können, hierunter erhöhte Aufmerksamkeit, vorherige Besuchszahlen, Ausstellungsinhalte und -größe, weitere Angebote der Museen.
- Zum **Zeithorizont der Einführung von freiem Eintritt** betonten einige Museen, dass ausreichend Zeit zur Etablierung notwendig sei. Weiterhin wurde von allen eine Gefahr in der nur temporären Einführung des freien Eintritts gesehen, diese müsse aus ihrer Sicht langfristig erfolgen.
- Ob der freie Eintritt **einheitlich an allen baden-württembergischen Landesmuseen eingeführt** werden sollte, wurde unterschiedlich wahrgenommen. Einige Museen nannten einheitliche Regelungen als sinnvoll für Besucher und die Konkurrenzsituation der Museen untereinander. Es wurden aber auch uneinheitliche Regelungen in Erwägung gezogen, indem nicht an allen Museen der freie Eintritt eingeführt wird. Hier wurde darauf verwiesen, dass die Kommunikation besonders bedeutend ist, um Museen nicht zu benachteiligen.

Darüber hinaus wurde über **verschiedene Modelle von freien Eintrittsangeboten** gesprochen, wie freier Eintritt für bestimmte Zielgruppen, an bestimmten Tagen, pay what you want/can („Zahl-was-Du-willst/kannst-Angebote“) oder kostenfreie Vermittlungsangebote (siehe Tab. B4 5 in Kapitel 4). Auch zu diesen verschiedenen Modellen gab es Pro/Kontra-Meinungen der Interviewpartner. Freier Eintritt nur für bestimmte Zielgruppen, wie Kinder und Jugendliche, wurde aus verschiedenen Gründen von allen Museen eher skeptisch gesehen.

Zudem wurde über **weitere Instrumente der Museumsöffnung neben freiem Eintritt** diskutiert (siehe Tab. B4 6 in Kapitel 4). In allen Museen wurde die Meinung vertreten, dass **freier Eintritt allein kein ausreichendes Instrument** für die weitere Öffnung für neue Zielgruppen sei. Als wichtige weitere Instrumente angeführt wurden unter anderem zielgruppenspezifische Vermittlungs- und Serviceangebote, digitale Angebote, Verankerung von Museumsbesuchen in Bildungsplänen, verbesserte Erreichbarkeit der Museen und längere Öffnungszeiten.

Die anschließende Besucherbefragung untersuchte die Bedeutung einiger dieser Instrumente aus Besuchersicht.

C PERSPEKTIVE 3: BESUCHER

Zusammenfassung 5: Besucherbefragung an fünf ausgewählten Museen

An den fünf ausgewählten Museen erfolgten Besucherbefragungen, um die **Wirkung verschiedener freier Eintrittsangebote auf die Besucher**⁹ und die **Bedeutung weiterer Museumsangebote** zu analysieren.

Erhebungsinstrument war ein schriftlicher Fragebogen, der jeweils an die Situation der Museen angepasst, aber direkt vergleichbar war. Dieser wurde persönlich an die Besucher verteilt und von ihnen selbst ausgefüllt. Insgesamt beteiligte sich eine aussagekräftige Zahl von **3.509 Befragten** (Besucher ab 14 Jahren, keine großen Gruppen).

Die **Ergebnisse an den fünf Museen** differieren zum Teil stark. Es bestätigten sich Unterschiede in ihren **Publikumsstrukturen**, wie Alter, Herkunft, Erstbesuch oder Begleitung (vgl. Abschnitt 5.2.1). So waren im ZKM besonders viele jüngere Besucher anzutreffen, während v.a. das Publikum der SGS eher älter war. In das LMW, Altes Schloss kamen viele ausländische Besucher und Erstbesucher, in ZKM und SMNK mehrheitlich Publikum aus der näheren Umgebung. Familienbesuche fanden v.a. im SMNK und TECHNOSEUM statt, diese naturwissenschaftlichen Museen erreichen ein breiteres Publikum.

Ebenso zeigte sich ein unterschiedliches **Besuchsverhalten** an den Museen, u.a. beim Zeitpunkt des Besuchsentschlusses oder der Aufenthaltsdauer (vgl. Abschnitt 5.3.1). Insbesondere im LMW, Altes Schloss erfolgten viele spontane Besuche. Im TECHNOSEUM hielten sich die Besucher überdurchschnittlich lange auf. Diese Unterschiede zwischen den Museen sind bei der Betrachtung der Gesamtergebnisse zu berücksichtigen.

Um die vorliegenden Befragungsergebnisse weiter abzustützen sowie Veränderungen in Publikumsstrukturen durch freie Eintrittsangebote zu analysieren, wurden zudem weitere an den Museen vorhandene Besucherstudien einbezogen. In Kapitel 6 werden diese direkt mit den ermittelten Resultaten für die einzelnen Museen verglichen.

Wie viele Besucher kommen wegen des freien Eintritts? (vgl. Abschnitt 5.2.2)

Die Auswahl der Museen und Befragungstage bestimmte die Anzahl von Besuchern an Tagen mit freien Eintrittsangeboten: Insgesamt 71% der Befragten waren an Tagen mit freiem Eintritt in den Museen (2.498 Befragte). Damit die Wirkungen von freien Eintrittsangeboten ausreichend analysiert werden konnten, wurden mehr Tage mit freien Eintrittsangeboten für die Befragung ausgewählt. Bei der Wahl des Befragungszeitraums wurden weiterhin Tage mit/ohne Ferien sowie verschiedene Wochentage berücksichtigt.

⁹ Im Erhebungszeitraum im August/September 2018 gab es durchgehend freien Eintritt im **LMW** in die Schausammlungen im Stuttgarter Alten Schloss, im **ZKM** in „Open Codes“ und in der **SGS** in Befragungsphase 1 mit der Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“.

Einzelne freie Eintrittstage bestanden in Befragungsphase 2 mittwochs in der **SGS**, freitags im **SMNK** und im **ZKM** für alle Ausstellungen.

Im **TECHNOSEUM** war kein spezielles freies Eintrittsangebot vorhanden.

An diesen Tagen mit freiem Eintritt war einer Besuchermehrheit von 63% (1.534 Befragte) das **freie Eintrittsangebot vor dem Besuch bekannt** und konnte eine Rolle für ihre Besuchsentscheidung spielen. Demnach wusste noch ein erheblicher Anteil von 37% nichts vom jeweiligen freien Eintritt.¹⁰ Bezogen auf alle Befragten an Tagen mit freien Eintrittsangeboten nannten 33% den freien Eintritt **explizit als Besuchsgrund**, bezogen nur auf diejenigen mit Kenntnis des freien Eintritts gut die Hälfte (53%).

Hierbei konnten mehrere Besuchsgründe aus bis zu 11 Antworten ausgewählt werden (u.a. Überblick über das Museum, am Gebäude vorbeigekommen, bestimmte Ausstellung, einzelne Inhalte, Begleitung das Museum zeigen, Führung). Ausschließlich den freien Eintritt als Motiv gaben 13% an. Welche weiteren Motive genannt wurden, wird untenstehend aufgezeigt.

Unterschiede in der Bedeutung der freien Eintrittsangebote bestanden **an den betreffenden vier Museen**: Deutlich am wichtigsten war der freie Eintritt für Besuchsentscheidungen im **LMW** (43% Besuchsgrund, gegenüber 33% im Schnitt – bezogen auf Befragte nur wenn freier Eintritt bekannt war: 68% Besuchsgrund, gegenüber 53% im Schnitt). Vergleichsweise am wenigsten nannten ihn mit 26% Besucher des **ZKM** (bzw. 41% = nur bezogen auf diejenigen mit Kenntnis), allerdings war hier der am häufigsten angeführte Besuchsgrund die Sonderausstellung „Open Codes“, deren Bestandteil der kostenfreie Eintritt zusammen mit kostenfreien Snacks und WLAN war.

Auch die Bekanntheit des Angebots differierte zwischen den Museen: Zum Beispiel wussten im **SMNK** mit 45% recht viele Besucher nichts vom freien Eintritt am Freitagnachmittag – zu diesem Zeitpunkt bestand das Angebot aber erst seit einem Jahr. 32% nannten ihn als Besuchsgrund, unter den Kennern 58%.

In der **SGS** konnte am gleichen Haus die Bedeutung von freiem Eintritt in eine Sonderausstellung über mehrere Monate sowie eines eintrittsfreien Wochentags in die Sammlung unterschieden werden. Hier war der freie Eintritt bei der Jubiläumsausstellung deutlich häufiger ausschlaggebender Besuchsgrund (40% = bezogen auf alle Befragten bzw. 53% = wenn Angebot bekannt) als der eintrittsfreie Mittwoch (18% bzw. 38%). Beim Mittwoch ist zu berücksichtigen ist, dass während der Befragung die Sonderausstellung zu Ernst Ludwig Kirchner eine große Rolle als Besuchsgrund spielte und der Mittwoch in anderen Zeitphasen einen anderen Effekt haben kann.

Wie viele Besucher wären auch bei Eintrittspreisen gekommen? (vgl. Abschnitt 5.2.3)

Um die Besuchsbarriere durch Eintrittspreise weiter zu überprüfen, wurden die Besucher gefragt, **ob sie auch gekommen wären, wenn der Museumsbesuch nicht frei, sondern mit Kosten verbunden gewesen wäre** (Frage richtete sich entsprechend nur an diejenigen, die vom Angebot wussten). Antwortmöglichkeiten waren auf einer fünfstufigen Skala: auf jeden Fall/ eher ja/ unentschieden/ eher nein/ auf keinen Fall.

¹⁰ Da nicht alle Befragten durchgehend jede Frage beantwortet haben, kann die Stichprobe n in der nächsten Frage kleiner ausfallen. Hierdurch ergibt sich je nach Rundung ein Wert von 37% bzw. 38% für Befragte, welchen der freie Eintritt unbekannt war.

Etwas mehr als die Hälfte von ihnen gab an (wahrscheinlich) auch ins Museum zu kommen, wenn es Eintritt gekostet hätte (55%: aufgeteilt in 27% „auf jeden Fall“ gekommen, 28% „eher ja“). Demgegenüber wäre ein Viertel eher nicht/nicht gekommen (24%: aufgeteilt in 20% „eher nein“ und 4% „auf keinen Fall“) und der Eintrittspreis eine Barriere für diese. Die übrigen 21% waren unentschieden.

Rechnet man auch die Befragten hinzu, die nichts vom freien Eintrittsangebot wussten und dennoch an diesen Tagen im Museum waren (als „auf jeden Fall“ gekommen), steigt der Anteil derjenigen, die auch bei Eintrittspreisen (wahrscheinlich) den Besuch unternommen hätten, auf eine deutliche Mehrheit von 74% (57% auf jeden Fall und 17% eher ja). 14% wären eher nicht/auf keinen Fall gekommen.

Für alle Museen gilt: Die Befragten gaben an, dass sie diese mehrheitlich auch besucht hätten, wenn es Eintritt gekostet hätte. Allerdings differieren vor allem die Nennungen, ob die Befragten „auf jeden Fall“ gekommen wären. Während 43% auf jeden Fall auch bei Eintrittspreisen die SGS besucht hätten (in Befragungsphase 2 am eintrittsfreien Mittwoch, dabei aber während der Sonderausstellung zu Kirchner), sagten dies nur 20% für das **LMW** aus. Hier wären Eintrittspreise am ehesten eine Barriere gewesen (29% hätten den dortigen Besuch bei Eintrittspreisen wahrscheinlich nicht unternommen).

Im **TECHNOSEUM**, an dem kein spezielles freies Eintrittsangebot vorhanden war, wurden die Besucher stattdessen gefragt, **wie sie die dortigen Eintrittspreise beurteilen** (vgl. Abschnitt 5.3.4). Eine große Mehrheit beurteilte die Eintrittspreise als angemessen (90%). Mehrheitlich war dies auch der Fall, wenn Besucher dort den regulären Eintritt zahlten und keine Ermäßigung erhielten.

Welche Besuchergruppen nennen den Besuchsgrund freier Eintritt und welche wären ohne freien Eintritt nicht gekommen? (vgl. Abschnitt 5.2.4)

Es zeigten sich einige Unterschiede, **welche Besuchergruppen häufiger wegen des freien Eintritts in die Museen kommen:**

Altersunterschiede bestanden insofern, dass freier Eintritt häufiger der Besuchsgrund für jüngere Besucher war. Je älter die Befragten, desto wahrscheinlicher kommen sie auch bei Eintrittspreisen ins Museum.

Kein signifikanter Unterschied zeigte sich nach **Bildungsabschlüssen**, u.a. auch weil insgesamt die Mehrheit der Befragten über einen Hochschulabschluss verfügte.

Besucher aus weiterer Entfernung – die vom freien Eintrittsangebot wussten – nannten freien Eintritt öfter als Besuchsgrund. (Hier ist der Einfluss durch hohe Anteile ausländischer Besucher im LMW, Altes Schloss zu berücksichtigen. Dass diese auch in anderen Jahren ohne freien Eintritt häufiger im Publikum des LMW waren, bestätigen die Vergleichsstudien in Kapitel 6.) Für lokales Publikum war der Eintrittspreis aber eine größere Barriere als für Auswärtige. Besucher aus der Stadt des Museums neigten eher dazu, bei Eintrittspreisen nicht zu kommen.

Für **Geringverdiener** spielte der freie Eintritt eine etwas größere Rolle als für Personen mit höherem Einkommen, die Unterschiede waren aber nicht so ausgeprägt wie bei anderen Merkmalen.

Befragte, die **im Allgemeinen selten Museen besuchen**, kamen vermehrt wegen des freien Eintritts und wären auch eher von Eintrittspreisen abgeschreckt. Sie stellten aber keine Mehrheiten im Publikum. Entsprechend gaben Personen, die allgemein häufig in Museen gehen, am ehesten an den Besuch auch mit Eintritt zu unternehmen. Dies hängt auch mit den Altersunterschieden zusammen, da mehrheitlich ältere Befragte regelmäßige Museumsbesucher sind.

Erstbesucher, sofern sie vom freien Eintritt wussten, nannten ihn deutlich öfter als Besuchsgrund als Stammbesucher (auch hier haben die hohen Erstbesucheranteile im LMW Einfluss). Stammbesucher wiederum würden, obwohl ihnen das freie Eintrittsangebot besser bekannt war als Erstbesuchern, am ehesten auch trotz Eintrittspreisen ins Museum kommen.

Besucher in **Begleitung von Partner oder Familie** gaben etwas eher den Besuchsgrund freier Eintritt an, v.a. im Vergleich zu Besuchern ohne Begleitung, aber die Begleitung scheint insgesamt weniger ausschlaggebend als andere Faktoren.

Keinen signifikanten Einfluss hatten demnach die abgefragten Merkmale Geschlecht, Personen mit/ohne Kinder bis 18 Jahre im Haushalt und Bildungsabschlüsse. Damit kann nicht bestätigt werden, dass durch freien Eintritt mehr Personen mit formal niedrigen Bildungsabschlüssen erreicht werden.

Verändert der freie Eintritt das Besucherverhalten? Wie verhalten sich Besucher, die wegen des freien Eintritts kommen? (vgl. Abschnitt 5.3.2)

Der freie Eintritt hatte auch Einfluss auf das Verhalten beim Museumsbesuch. So haben sich Befragte, die wegen des freien Eintritts gekommen sind, häufiger **spontan für den Besuch entschieden**. Weiterhin hielten sich Befragte mit diesem Besuchsgrund **kürzer im Museum** auf als diejenigen mit anderen Besuchsmotiven. Auch ließ sich feststellen, dass mit Besuchsgrund freiem Eintritt **weniger im Museum ausgegeben wurde** als mit anderen Besuchsgründen.

An drei Museen waren neben eintrittsfrei zu besuchenden Ausstellungen während der Befragung auch **kostenpflichtige Ausstellungen** zu sehen (SGS, ZKM, SMNK). Ob diese (zusätzlich) besucht wurden, unterschied sich stark zwischen den Museen, auch je nach Größe der jeweiligen Ausstellungen (zwischen 18% und 51% besucht). Am häufigsten wurde in der SGS an eintrittsfreien Mittwochen die kostenpflichtige Sonderausstellung „Ernst Ludwig Kirchner“ angesehen. Befragte, die wegen des freien Eintritts in die Museen kamen, besuchten dabei deutlich seltener die kostenpflichtigen Ausstellungen. Dies zeigte sich an allen Museen und wäre langfristig zu überprüfen.

Woher ist den Besuchern das freie Eintrittsangebot bekannt? (vgl. Abschnitt 5.3.3)

Die Besucher **wussten von den freien Eintrittsangeboten der Museen** insgesamt am häufigsten über Internetseiten (33%), Tipps aus dem Bekannten- und Familienkreis (29%), eigene frühere Besuche (22%) sowie Außenwerbung am Museum (15%).

Dies unterschied sich deutlich **zwischen den vier Museen**: Vor allem am LMW war Außenwerbung am Alten Schloss die wichtigste Quelle - besonders für spontane Erstbesucher, die am Museumsgebäude vorbeikamen. LMW und SGS erzeugten auch mehr Medienresonanz für ihre eintrittsfreien Angebote, an den übrigen Museen waren eher Internet, Tipps von Freunden/Bekanntem und frühere Besuche ausschlaggebend für die Bekanntheit.

Was sind weitere Besuchsgründe neben dem freien Eintritt? (vgl. Abschnitt 5.4.1)

53% der Kenner des freien Eintrittsangebots gaben dieses wie angeführt als Besuchsgrund an, 33% waren es bezogen auf alle Befragten an Tagen mit freien Eintrittsangeboten (inkl. freies Eintrittsangebot unbekannt). Neben freiem Eintritt als Besuchsgrund wurden bis zu zehn weitere Besuchsgründe abgefragt (u.a. Überblick über das Museum, am Gebäude vorbeigekommen, bestimmte Ausstellung, einzelne Inhalte, Begleitung das Museum zeigen, Führung).

An drei Museen kamen die Besucher am häufigsten, um das **Museum allgemein kennenzulernen** (LMW, SMNK und TECHNOSEUM). Dies sagten mehrheitlich Erstbesucher aus, deren Anteil v.a. im LMW im Alten Schloss ausgeprägt war. Im LMW war auch besonders der **spontane Kurzbesuch** wichtig, während an den beiden naturwissenschaftlichen Museen auch die **Dauerausstellungen** häufig als Motiv genannt wurden.

Im ZKM und in der SGS war jeweils die **kostenfreie Sonderausstellung** („Open Codes“ und Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“) der am häufigsten genannte Besuchsgrund, was nicht isoliert vom Besuchsgrund des freien Eintritts zu betrachten ist. Diese Motive wurden auch oft zusammen angekreuzt. Es bestätigte sich, dass der freie Eintritt als Besuchsgrund nicht vollständig isoliert von Ausstellungen und anderen Besuchsanreizen analysiert werden kann und dass vor allem auch Inhalte ausschlaggebend für die Besuchsentscheidungen sind.

Welche Rolle spielen freie Eintrittsangebote für die Besucher? Welche anderen Anreize sind für weitere Besuche wichtig? (vgl. Abschnitt 5.4.2)

Um über den Besuchstag hinaus die Bedeutung von freiem Eintritt und anderen Anreizen für die Besucher zu erheben, wurde ihre Einschätzung zu 13 Aspekten erbeten, **inwieweit diese zu häufigeren Besuchen am jeweiligen Museum beitragen könnten**. Diese bezogen sich auf vier Aspekte der Preisgestaltung (günstigerer Museumseintritt, mehr kostenfreie Begleitangebote, freier Eintritt für Kinder/Jugendliche, freier Eintritt für alle), weiterhin verschiedene Serviceangebote, Ausstellungsinhalte und Begleitangebote, Erreichbarkeit und persönliche Bedingungen (Zeit und Begleitung).

Zeitmangel zeigte sich dabei als die größte Barriere für Museumsbesuche: 67% würden auf jeden Fall/eher häufiger ins Museum kommen, wenn sie mehr Zeit hätten, Mittelwert bei 3,87 auf einer Skala von 5 (= auf jeden Fall) bis 1 (= auf keinen Fall). Diese Barriere ist persönlich durch den Befragten bedingt und durch das Museum nicht direkt zu beeinflussen. Zudem kann dies auch ein „Lippenbekenntnis“ der Befragten und eher vorgeschoben sein.

Als zweithäufigster Aspekt wurde hier bereits der Eintritt genannt: **Freier Eintritt für alle** wäre für mehr als die Hälfte ein Anreiz für erneute Besuche (57% auf jeden Fall/eher ja, Mittelwert 3,58), ein Viertel verneinte dies aber auch (25% eher nein/auf keinen Fall). Befragte, die explizit wegen des freien Eintritts ins Museum kamen, befürworteten auch häufiger freien Eintritt für alle, ebenso die weiteren Preisvergünstigungen (mehr kostenfreie Begleitangebote und günstigeren Eintritt). Weiterhin nannten diesen Besuchsanreiz etwas mehr Befragte mit niedrigerem Einkommen als mit höherem.

Auch **interessantere Ausstellungen** (53%, Mittelwert 3,49) und **längere Öffnungszeiten** (48%, Mittelwert 3,33) stellten für viele Befragte Besuchsanreize dar. Gefolgt wurde dies von weiteren Aspekten der Preisgestaltung mit **kostenfreien Begleitangeboten** (45%) und **freiem Eintritt für Kinder/Jugendliche** (43%). Diese Preisanreize spielten für Geringverdiener eine größere Rolle, ebenso für Jüngere und Familien.

Vergleichsweise am wenigsten Zustimmung erfuhren **günstigerer öffentlicher Nahverkehr** (noch 34% würden deswegen auf jeden Fall/eher häufiger kommen), **mehr Aufenthaltsorte** (32%) und **ansprechendere Gastronomie** (27%). Diesen Aspekte wurde zwar zugestimmt als anderen, sie sind aber dennoch relevant. Die Bewertung bei der fünfstufigen Skala lag bei allen Aspekten über dem Mittel von 2,5.

Auch hier konnten **Unterschiede zwischen den Museen** festgestellt werden: In **LMW, SGS** und **ZKM** – den drei Museen mit den umfangreichsten freien Eintrittsangeboten – war Besuchern freier Eintritt für alle besonders wichtig. Im LMW wurden zudem kostenfreie Begleitangebote am häufigsten gewünscht. In der SGS waren günstiger Eintritt und freier Eintritt für Kinder/Jugendliche besonders relevant. Im **TECHNOSEUM** spielten längere Öffnungszeiten und eine bessere Erreichbarkeit eine große Rolle. Im **SMNK** wurde nahezu allen Aspekten vergleichsweise am wenigsten zugestimmt. Vergleicht man dort die Reihenfolge der Nennungen, wurden attraktive Ausstellungsinhalte als Anreize etwas stärker betont als Eintrittsangebote.

TEIL A

PERSPEKTIVE 1: LITERATUR UND FORSCHUNGSSTAND

In der Perspektive 1: Literatur und Forschungsstand wurden verfügbare Quellen zum Thema freier Eintritt in Museen ausgewertet und der Forschungsstand aufbereitet.

Kapitel 1 widmet sich zunächst den Nicht-Besuchern und geht der Frage nach Eintrittspreisen als Besuchsbarriere nach. Hierfür wurden nationale und ausgewählte internationale wissenschaftliche Publikationen, Nicht-Besucher- und Bevölkerungsbefragungen herangezogen.

Kapitel 2 untersucht anhand von Besucherbefragungen und Praxisbeispielen die konkreten Wirkungen von freiem Eintritt auf unterschiedliche Aspekte des Museumsbesuchs. Dabei wird auch der derzeitige Diskurs mit aktuellen Beispielen in die Analyse einbezogen und mithilfe wissenschaftlicher Publikationen kontextualisiert. Ergebnisse zu den im primäranalytischen Teil betrachteten fünf baden-württembergischen Museen fließen hier noch nicht ein.

1 Eintrittspreise als Besuchsbarriere – Erkenntnisse aus der Nicht-Besucherforschung

Tabellenverzeichnis Kapitel 1

Tab. A1 1: Häufig genannte Gründe, warum Menschen Kulturangebote nicht nutzen (kategorisiert).....	33
Tab. A1 2: Reihenfolge der wichtigsten Besuchsbarrieren in ausgewählten Nicht-Besucherstudien.....	34

1.1 Eintrittspreise von Museen als Besuchsbarriere

1.1.1 Wann ist der Eintrittspreis eine Barriere?

Der Begriff ‚Besuchsbarriere‘ impliziert, dass ein ausdrücklicher oder latenter Besuchswunsch vorhanden ist, diesem aber etwas im Wege steht. Eine Barriere ist im engeren Sinne also nur dann gegeben, wenn ein vorhandener Motivationsprozess unterbrochen wird.¹¹

Entsprechend sollte die Frage „Sind die Eintrittspreise von Museen eine Besuchsbarriere?“ präzisiert werden: „Sind die Eintrittspreise von Museen eine Besuchsbarriere, obwohl eine bestimmte Person in einem konkreten Fall inhaltlich, räumlich und zeitlich Interesse an der Leistung eines Museums hat?“

Die Barrierenüberlegung ist folglich auf einen bestimmten Kreis der Bevölkerung gerichtet, bei dem grundsätzliches Interesse am Museumsbesuch vorhanden ist und nur die Eintrittspreise verhindern, dass dieses

¹¹ vgl. Renz 2016a, S. 136.

Interesse in einen tatsächlichen Besuch verwandelt wird. Wie groß dieser Teil der Bevölkerung ist, bzw. wie groß im Umkehrschluss derjenige Teil ist, für den Museen gar nicht Teil der Lebenswirklichkeit sind, darüber können vorhandene Studien zwar Anhaltspunkte liefern. Dass allerdings vorhandene Untersuchungen die ‚gänzlich Uninteressierten‘ zwischen 30% und 70% der Bevölkerung beziffern, zeigt zugleich die Schwierigkeit, diese Segmente genauer zu beziffern.¹²

Für den Untersuchungsgegenstand Eintrittspreise bedeutet dies: Werden Personen mit fehlendem Interesse an der Museumsleistung gefragt, was sie vom Museumsbesuch abhält, ist die Antwort zum Teil „zu hohe Eintrittspreise“.¹³ Würde aus dem Untersuchungsergebnis allerdings die Notwendigkeit einer Preissenkung oder deren Abschaffung geschlussfolgert, würde dies wohl nicht die gewünschten Effekte mit sich bringen. Auch ein niedriger oder gar kein Eintrittspreis ‚erzeugt‘ nicht automatisch Interesse am Museum.¹⁴ Oder wie *DIE ZEIT* es zugespitzt formulierte: „Natürlich stürmen nicht plötzlich lauter Hauptschüler oder Arbeitslose die Sammlungen, nur weil der Eintritt wegfällt.“¹⁵

Auch wenn demzufolge Rückschlüsse auf die Preisgestaltung aus Nicht-Besucherbefragungen mit größter Vorsicht gezogen werden sollten, dürfen die Eintrittspreise als mögliche, vielleicht auch ‚eingebildete‘ Besuchsbarriere keineswegs unterschätzt werden. Da eine Kaufentscheidung selten eine reine Preis-, sondern in aller Regel eine Preis-Leistungs-Entscheidung ist, muss stets geprüft werden, ob der Preis reduziert oder die Leistung gesteigert werden kann. Wichtig ist zu berücksichtigen, dass der Bewertung von Preis und Leistung stets subjektive Wahrnehmungsprozesse der Entscheider vorangehen.¹⁶

Nicht-Besuchersforschung kann neben einer ‚Barrieren-Perspektive‘ auch aus einer ‚Ungleichheits-Perspektive‘ betrachtet werden:

„Es geht dann darum, das Nicht-Besuchen von Theatern oder Museen nicht ausschließlich als freie Entscheidung der Individuen zu verstehen, sondern eine ungleiche Verteilung der Teilhabe immer als abbauwürdigen sozialen Missstand, als Exklusion bestimmter Gruppen der Gesellschaft von demokratischen Prozessen zu begreifen. Daraus folgt der wesentliche Auftrag an die Akteure im Kulturbetrieb, ein sozial diverses Publikum und Kultur für alle anzustreben.“¹⁷

Das Entrichten eines Eintrittspreises kann demnach als Hindernis verstanden werden, das reduziert oder abgebaut werden sollte. Freier Eintritt könnte folglich als Maßnahme gedacht werden, die Teilhabe am Museum bzw. den Anteil der Menschen, die am Museum teilhaben können, zu vergrößern.

¹² vgl. ebd., S. 164.

¹³ vgl. ebd., S. 165; Kirchberg 1998, S. 10; Kolb 1997, S. 142; DBV 2003 sowie die hierin aufgeführten Befragungen.

¹⁴ vgl. Dilenschneider 2015a, o.S.

¹⁵ Rauterberg 2008, o.S.

¹⁶ vgl. Pechtl 2005, S. 15ff., Siems 2009, S. 224.

¹⁷ Renz 2016b, S. 2f.

Eintrittspreis als objektbedingte Besuchsbarriere

Eintrittspreise werden in der Literatur als **objektbedingte Barriere** verstanden, d.h. sie können vom Kulturbetrieb beeinflusst werden. Neben objektbedingte treten **subjektbedingte Barrieren**. Sie sind im Besucher verankert und vom Kulturbetrieb nur bedingt zu beeinflussen. Subjektbedingte Barrieren werden z.T. auch als kognitive oder psychologische Barrieren bezeichnet. Sie gelten als die weitaus wichtigeren Gründe, warum jemand Kulturangebote nicht nutzt.¹⁸

In den verfügbaren Untersuchungen, die sich mit Eintrittspreisen bzw. den Kosten eines Kulturbesuchs als mögliche Barrieren beschäftigen, werden diese in unterschiedlichem Maße als solche bewertet, je nach Region, Sparte und nicht zuletzt abhängig vom Untersuchungskontext.

Bemerkenswert ist, dass die **Eintrittspreise in Deutschland** ein weniger starkes Besuchshindernis zu sein scheinen als in anderen Ländern. Dies zeigt besonders die europaweite Erhebung *Eurobarometer*, welche im Bericht *Cultural Access and Participation* anhand von über 25.000 Personen mögliche Barrieren für Kulturbesuche in ganz Europa und für verschiedene Sparten analysiert hat.¹⁹ Die wichtigsten Hinderungsgründe für den Besuch eines Museums sind für Deutschland „fehlendes Interesse“ (36%) und „fehlende Zeit“ (32%). Sie stehen in fast allen Ländern und Sparten gleichermaßen an erster und zweiter Stelle. Drittwichtigster Grund ist häufig das fehlende Angebot vor Ort, welchem besonders in Deutschland durch eine zunehmende Zahl von Förderprogrammen für Kultur im ländlichen Raum begegnet wird. Das fehlende Angebot von Museumsangeboten ist entsprechend für 9% der Befragten in Deutschland der Grund, warum sie Museen nicht öfter besuchen.

Die **Kosten für einen Besuch** hindern laut der Befragung nur 6% der Bevölkerung Deutschlands daran, Museumsangebote wahrzunehmen. Für einen Theaterbesuch sagten dies 11% der Befragten, für einen Opernbesuch 7%. Die Eintrittspreise in Museen sind also für weniger Menschen eine Besuchshürde als in den meisten anderen Sparten.²⁰ Preise bzw. Kosten werden in Deutschland über alle Sparten hinweg seltener als Barriere genannt als im europäischen Durchschnitt, was ein hierzulande – auch im Vergleich zum verfügbaren Einkommen – günstiges Niveau der Eintrittspreise nahelegt.

Die Daten deuten darauf hin, dass der Eintrittspreis als Besuchsbarriere nicht unbedeutend ist, allerdings sind **andere Faktoren** wichtiger. Zu ähnlichen Ergebnissen kommen Studien u.a. in den USA oder in Großbritannien, wengleich die Kosten besonders in den USA eine große Rolle spielen, wo nicht nur die in geringerem Maße geförderten Eintrittspreise, sondern auch der Aufwand für Anreise und Sekundärkosten bei Kultur- und Freizeitaktivitäten oft höher sind.

¹⁸ vgl. Renz 2016a, S. 141ff.

¹⁹ vgl. Europäische Kommission 2013, S. 21.

²⁰ Nur bei der Bibliotheksnutzung ist der Anteil noch geringer. Hier sind Kosten nur für 1% der Befragten eine Barriere.

Aus den verfügbaren Quellen lässt sich eine Reihe von Gründen ermitteln, **warum Kulturangebote nicht genutzt** werden. Die in Tabelle A1 1 aufgeführten Gründe bzw. Ausprägungen werden in Untersuchungen immer wieder genannt und sind hier zu den sechs wichtigsten Kategorien zusammengefasst.

Tab. A1 1: Häufig genannte Gründe, warum Menschen Kulturangebote nicht nutzen (kategorisiert) ²¹

Kategorie	Mögliche Ausprägungen
Inhaltliche Gründe	<ul style="list-style-type: none"> • mangelndes inhaltliches Interesse • schlechtes Image von Kultur • alternative Freizeitpräferenzen
Im Angebot liegende Gründe	<ul style="list-style-type: none"> • fehlende Angebote vor Ort • zu hoher Aufwand für die Anreise • mangelnde physische Barrierefreiheit
Soziale, persönliche Gründe	<ul style="list-style-type: none"> • fehlende Begleitung • keine Nutzung des Angebots durch Gleichaltrige oder ‚Gleichgesinnte‘ • mangelnde Gesundheit oder Mobilität
Zeitliche Gründe	<ul style="list-style-type: none"> • keine oder mangelnde Zeit
In der Kommunikation liegende Gründe	<ul style="list-style-type: none"> • geringe oder fehlende Informationen über vorhandene Angebote • die Angebote sind nicht bekannt • im Freundeskreis wird nicht über Kultur gesprochen
Finanzielle Gründe	<ul style="list-style-type: none"> • zu hohe Kosten des Besuchs • unattraktives Preis-Leistungs-Verhältnis

Da regionale, spartenbezogene und nicht zuletzt methodische **Unterschiede in den Befragungen** deutlich vorhanden sind, sollte bei einem Vergleich nicht nur die Häufigkeit der Nennung, sondern vor allem die **untersuchungsinterne Reihenfolge** betrachtet werden.²² In Tabelle A1 2 sind ausgewählte Studien aus dem Bereich der Nicht-Besucher- und Bevölkerungsbefragungen gelistet. Die Ziffern in der Tabelle geben die Reihenfolge der Nennung der jeweiligen Barriere innerhalb der Studie an.²³ Sichtbar werden neben der insgesamt nachrangigen Bedeutung der Eintrittspreise bzw. der Besuchskosten auch besonders die regionalen Unterschiede. Erstaunlich stabil sind die Ergebnisse hingegen im Zeitverlauf.

²¹ vgl. beispielhaft DCMS 2018; Europäische Kommission 2013; Kirchberg 1998; Kolb 1997; LaPlaca Cohen 2017; NEA 2015; PSB 2007; Scheff Bernstein 2007.

²² vgl. dazu auch Renz 2016a, S. 141f.

²³ Ist in einem Feld keine Ziffer genannt, wurde diese Kategorie nicht abgefragt. Sind mehrere Ziffern in einem Feld genannt, wurde diese Kategorie in differenzierten Antwortmöglichkeiten abgefragt und kam damit mehrmals vor.

Tab. A1 2: Reihenfolge der wichtigsten Besuchsbarrieren in ausgewählten Nicht-Besucherstudien

Studie (Kurztitel)	Land	Kein Interesse	Kein Angebot	Fehlende Begleitung	Keine Zeit	Mangel an Infos	Preis / Kosten	Andere
Bevölkerungsbefragung Stadt Böblingen 2016 ²⁴	D	5	1	7	2	3	6	4
Nichtbesucher Badisches Landesmuseum Karlsr. 2016 ²⁵	D	3	4	5	2	/	7	1, 6
Fast- und Nichtbesucher in Bremen und Hamburg 2009 ²⁶	D	1, 5	/	2	4	/	6	3, 7
Museum und Publikum 1980 ²⁷	D	3	2	4	1	/	5	6, 7
Nichtbesucherbefragung Staatsgalerie Stuttgart 2017 ²⁸	D	4, 5, 6	/	3	1	2	nicht abgefragt	/
Culture Statistics 2015 ²⁹	EU	1	4	/	/	/	3	2
Eurobarometer Special Survey 2013 ³⁰	EU	1	3	/	2	6	5	4
Taking Part Survey 2018 ³¹	UK	2	5	4	1	6	7	3
Culture Track 2017 ³²	USA	1	3	4	/	2	5	/
Culture and the Arts Survey 2007 ³³	USA	2	3	5	4	/	1	6
When the going gets tough 2015 ³⁴	USA	6	3	4	1	/	2	5
Engaging Young Adults in Museums 2012 ³⁵	AUS	1, 6	/	3	/	4	2	5
A Measure of Culture 2003 ³⁶	NZ	/	2, 3	5	1	6	4	3
Spartenvergleich: Nichtbesucher deutscher Theater 2003 ³⁷	D	1, 2	/	5	/	3, 6	7	4

²⁴ vgl. Wegner 2016, S. 77.²⁵ vgl. Antonatou und Culibrk 2016, S. 63.²⁶ vgl. Kurzeja-Christink et al. 2009, S. 11.²⁷ vgl. Eisenbeis 1980, S. 20.²⁸ vgl. Burk und Neff 2017, S. 25.²⁹ vgl. Eurostat 2015, o.S.³⁰ vgl. Europäische Kommission 2013, S. 21.³¹ vgl. DCMS 2018, S. 16.³² vgl. LaPlaca Cohen 2017, S. 13.³³ vgl. PSB 2007, S. 47.³⁴ vgl. NEA 2015, S. 15.³⁵ vgl. Shrapnel 2012, S. 23.³⁶ vgl. Statistics New Zealand 2003, S. 39.³⁷ vgl. DBV 2003, S. 16f.

Ergänzend zu den meist quantitativ angelegten Nicht-Besucher-Befragungen geben **qualitative Untersuchungen** Hinweise darauf, dass der Eintrittspreis auch eine vorgeschobene Barriere sein könnte:

„Nur wenn besonders prekäre wirtschaftliche Umstände vorliegen, stellen die Eintrittspreise eine Barriere dar. Zwar werden hohe Eintrittspreise generell meist als erste besuchsverhindernde Barriere genannt, im späteren Verlauf der Gespräche aber relativiert. Andere Barrieren, wie Desinteresse am Kernprodukt, hohe Arbeitsbelastung oder intensiv betriebene Hobbys, treten dafür zutage. Wenn Interesse besteht und der Besuch einer potenziellen Veranstaltung mit der Erwartung eines persönlichen Gewinns verbunden ist, dann ist die Bereitschaft, dafür Geld auszugeben vorhanden, was bspw. bei Besuchen von teuren Musicals deutlich wird.“³⁸

1.1.2 Eintrittspreis als Barriere aus Sicht des Museums

Besucher vom ungehinderten Zugang in ein Museum abhalten zu können, ist eine Voraussetzung, um überhaupt Eintrittspreise erheben zu können. Ob und wie diese physische Barriere genutzt wird, ist eine **Entscheidung des Museums**. Neben der Möglichkeit, dadurch Eintrittspreise erheben zu können, dient die Barriere z.B. auch der Steuerung der Besuchermenge, dem Verhindern von Diebstahl oder dem Schutz der Exponate vor Schäden, etwa durch mitgebrachte Speisen, Tiere, Gepäck o.ä.

Anders als etwa im Fall von Kunstwerken im öffentlichen Raum, Denkmälern oder anderen öffentlichen Einrichtungen wie Parks und Gärten, *wollen* Museen den Zugang kontrollieren.

Der Eintrittspreis könnte auch deshalb eine häufig diskutierte Barriere sein, weil er sich, anders als etwa Interesse oder gar Qualität, leicht beziffern lässt. Mangelnde finanzielle Ressourcen sind in Kunst und Kultur eine allgemein anerkanntere Begründung für Nichtbesuche als Desinteresse oder mangelndes Verständnis.

³⁸ Renz & Mandel 2010, S. 4 f.

1.2 Multiple Einflüsse bei Betrachtung von Eintrittspreisen als Besuchsbarrieren

Die Bewertung von Eintrittspreisen auf Besucherseite ist von **zahlreichen Faktoren abhängig**. Diskutiert werden zum einen Faktoren wie Einkommen, Bildungsgrad, Alter, Berufsstatus oder frühere kulturelle Erfahrungen. Zum anderen sind auch allgemeine Konsumschemata wie das Abwägen des Preis-Leistungs-Verhältnisses, die Bekanntheit von Referenzpreisen, die Wirkung von Knappheit und einiges mehr zu berücksichtigen.³⁹

Besondere Bedeutung im Zusammenhang mit den Eintrittspreisen hat das **Einkommen**. Hochkulturangebote, soweit besteht in der Besucherforschung weitgehend Konsens, werden mehrheitlich von Menschen frequentiert, die im Vergleich zum Rest der Bevölkerung eher höheren Alters sind, ein hohes Bildungsniveau haben und über ein überdurchschnittlich hohes Einkommen verfügen.^{40, 41}

Es wird zwar immer wieder darauf hingewiesen, dass Einkommen, Alter oder Beruf keine ausreichenden Kriterien zur Systematisierung von Nicht-Besuchern sind, sondern diese anhand umfassenderer Konzepte wie dem Lebensstil, dem Freizeit- und Konsumverhalten oder Generationenmerkmalen unternommen werden sollte.⁴² Dennoch hat das Einkommen bei der Analyse der finanziellen Eintrittsbarriere eine besondere Bedeutung. Menschen mit niedrigem Einkommen sind in der Regel ausdrücklich eine Zielgruppe des freien Eintritts in Museen, will diese Maßnahme doch eine finanzielle Barriere abbauen.

Zugleich scheint der Vergleich einer alleinstehenden 20-jährigen Kunststudentin mit bildungsbürgerlichem Hintergrund und einer 40-jährigen Reinigungskraft mit geringem Bildungsstand und familiären Pflichten allein aufgrund eines möglicherweise ähnlichen Einkommens wenig zielführend. Beide Personen würden in einer Untersuchung anhand des Einkommens in demselben Segment verortet. Es erscheint beinahe unnötig zu sagen, dass freier Eintritt in ein Kunstmuseum sehr unterschiedlich auf die beiden Personen wirken dürfte.

In der Literatur zu Museums-, aber auch Theater- und anderen Kulturbesuchen wird immer wieder darauf hingewiesen, dass den Besuchsbarrieren **unterschiedliche Besuchsmotive** gegenüberstehen. So ist davon auszugehen, dass es sich bei der Entscheidung für oder wider einen Museumsbesuch um eine **komplexe Abwägung von vermutetem Nutzen und monetärem Opfer** handelt. Die Kosten sind aufgrund der teils geringen Bekanntheit der Eintrittspreise besonders für Nicht-Besucher teilweise schwer abzuschätzen. Noch schwieriger ist es allerdings, den potenziellen Nutzen des Besuchs zu ermessen. Dies gilt umso mehr für auratische Inhalte wie Kunst. Verlustaversion und Entscheidung unter Unsicherheit sind auch für Museen relevante Konzepte der Konsumforschung.⁴³ Ob und inwiefern der Museumsbesuch einen Nutzen haben

³⁹ vgl. Ashworth & Johnson 1996.

⁴⁰ Der Soziologe Gerhard Schulze (2005, S. 142 ff.) hat dieses Publikum bzw. das sie kennzeichnende „Hochkultur-schema“ eindrücklich beschrieben.

⁴¹ vgl. Wegner 2015, S. 260 ff.

⁴² vgl. u.a. Kirchberg 1998, S. 10; ähnlich nachzuvollziehen am Beispiel Oper bei Reuband (2015).

⁴³ Unter **Verlustaversion** wird die Tendenz verstanden, Verluste höher zu bewerten als Gewinne. Dieses Phänomen könnte auch bei der Wiedereinführung von Eintrittspreisen nach einer Phase des freien Eintritts wirken. Das Konzept

wird, welcher das sein wird und ob er den Aufwand rechtfertigen wird, ist selbst für viele Kenner unter potenziellen Besuchern vorab nicht sicher.

Bei der Untersuchung der Fragestellung müsste der Versuch unternommen werden, die **Variable Preis zu isolieren**. Würde ein Besuch stattfinden, wenn nur der Preis entfielen, der Rest des Angebots aber unverändert bleibt? Die sogenannte Ceteris-Paribus-Annahme (dt.: alles andere bleibt gleich) wird u.a. ökonomischen Untersuchungen zugrunde gelegt und sollte alle theoretischen Überlegungen zum freien Eintritt anleiten. Zugleich kann sie besonders in Praxisbeispielen nicht eingehalten werden. Der Preis ist nur ein Faktor, nur eine mögliche Barriere unter vielen, welche praktisch nicht voneinander trennbar sind. Mitunter können Befragte selbst nicht eindeutig unterscheiden, welcher Faktor für oder gegen eine Besuchentscheidung ausschlaggebend war. In der Regel ist es eine Abwägung mehrerer Gründe, eine Gesamtbetrachtung und in aller Regel keine rein rationale Entscheidung.

Hinzu kommen **externe Einflüsse**: Die Einführung von freiem Eintritt wird häufig von umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen und medialer Berichterstattung begleitet. Beispielhaft erlebte die Einführung des freien Eintritts im Museum Folkwang Essen bundesweit mediale Resonanz. Das Bekanntmachen der Maßnahme ist einerseits ein wichtiger Faktor für eine erfolgreiche Rezeption durch die Bevölkerung. Zugleich kann die Aufmerksamkeit Einfluss auf das Besuchsverhalten haben und damit ein verzerrender Faktor für die wissenschaftliche Untersuchung sein.

Der Erfolg des freien Eintritts kann fallweise wesentlich **von Dritten beeinflusst** werden. Das Potsdam Museum, welches im Sommer 2018 für rund drei Monate die Wirkung des freien Eintritts erprobte, partizipierte nach eigener Aussage vom Besucherzuspruch des benachbarten Museums Barberini. Die Besucher hätten nach dem Besuch im Museum Barberini einen Blick ins Potsdam Museum werfen wollen. Darauf deutet nicht zuletzt der enorme Anstieg an auswärtigen Besuchern hin, die den freien Eintritt im Potsdam Museum nutzten (mehr zu diesem Beispiel siehe auch Kapitel 2.1.1 und 2.2.1).⁴⁴

Werden Eintritt-frei-Angebote **an bestimmte Inhalte gekoppelt** (z.B. eine Sonder- oder Jubiläumsausstellung oder auch Vermittlungsangebote), ist der freie Eintritt ohnehin untrennbar mit dem Inhalt verbunden. Welche Bedeutung der abgeschaffte Eintrittspreis in der Besuchentscheidung hat, kann dabei kaum eindeutig ermittelt werden. Es kann lediglich erfragt werden, welche Faktoren eine Rolle in der Entscheidung gespielt haben könnten und ob der (fehlende) Eintrittspreis ein Auslöser des Besuchs war.

Dies sind auch für die Interpretation der Ergebnisse der Besucherbefragung in Kapitel 5 zu berücksichtigende Aspekte.

der **Entscheidung unter Unsicherheit** beschreibt im Konsumkontext Entscheidungssituationen, in denen die Umstände nicht vollständig bekannt sind. Kulturelle Inhalte können ein besonders hohes Risiko bergen, dass der Besuch ‚den Aufwand nicht wert‘ ist. Insbesondere die Altersgruppen zwischen 25 und 55 geben an, dass ihnen Zeit wichtiger ist als Geld (vgl. Dilenschneider 2015b, o.S.).

⁴⁴ vgl. Oelschläger 2018, o.S.

1.3 Quellen Kapitel 1

- Anderson, R.G.W. (1998). Is Charging Economic? *Journal of Cultural Economics* 22, S. 179-187.
- Antonatou, D. & Culibrk, M. (2016). Nichtbesucherstudie unter der Bevölkerung in Karlsruhe und Umgebung sowie unter Touristen. Unveröffentlicht.
- Ashworth, J. & Johnson, P. (1996). Sources of "Value for Money" for Museum Visitors: Some Survey Evidence. *Journal of Cultural Economics* 20, S. 67-83.
- Burk, U. & Neff, A. (2017): Nicht-Besucher Befragung Staatsgalerie 2017. Unveröffentlicht.
- DCMS UK Department for Culture, Media and Sport (2018). Taking Part Survey: England Adult Report, 2017/18. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/740242/180911_Taking_Part_Adult_Annual_Report_-_Revised.pdf. Zugegriffen: 16. Dezember 2018.
- DBV Deutscher Bühnenverein (2003). Auswertung und Analyse der repräsentativen Befragung von Nichtbesuchern deutscher Theater. Eine Studie im Auftrag des Deutschen Bühnenvereins. http://www.miz.org/dokumente/Buehnenverein_NichtbesucherAnalyse.pdf. Zugegriffen: 15. August 2018.
- Dilenschneider, C. (2015a). Free Admission Days Do Not Actually Attract Underserved Visitors to Cultural Organizations (DATA). <https://www.colleendilen.com/2015/11/04/free-admission-days-do-not-actually-attract-underserved-visitors-to-cultural-organizations-data/>. Zugegriffen: 01. März 2019.
- Dilenschneider, C. (2015b). How Free Admission Really Affects Museum Attendance (DATA). <https://www.colleendilen.com/2015/08/12/how-free-admission-really-affects-museum-attendance-data/>. Zugegriffen: 01. März 2019.
- Dilenschneider, C. (2018). Do Free Museums Attract Lower Income Visitors? (DATA). <https://www.colleendilen.com/2018/03/14/free-museums-attract-lower-income-visitors-data/>. Zugegriffen: 01. März 2019.
- Eisenbeis, M. (1980). Museen und Publikum. Über einige Bedingungen des Museumsbesuchs. Ein Bericht über eine soziologische Erhebung in der Bundesrepublik Deutschland. *Museumskunde* 45, S. 16-26.
- Europäische Kommission (2013). Eurobarometer Special Surveys. Cultural Access and Participation, Factsheet Germany. Europäische Kommission. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_fact_de_en.pdf. Zugegriffen: 29. August 2018.
- Eurostat (2015). Culture statistics – frequency and obstacles in participation. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_frequency_and_obstacles_in_participation#Cultural_participation.C2.A0.E2.80.93.C2.A0attending_cultural_events_or_visiting_cultural_sites. Zugegriffen: 17. Dezember 2018.
- Institut für Museumsforschung (2018). Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2017. *Materialien aus dem Institut für Museumsforschung* 72.
- Kirchberg, V. (1998). Entrance Fees as a Subjective Barrier to Visiting Museums. *Journal of Cultural Economics* 22 (1), S. 1-13.
- Kolb, B. M. (1997). Pricing as Key to Attracting Students to the Performing Arts. *Journal of Cultural Economics* 21, S. 139-146.
- Kurzeja-Christink, A.; Schmidt, J. & Schmidt, P. (2009). Untersuchung von Fast- und Nichtbesuchern. Praxisberichte aus Bremen und Hamburg. <http://www.markt-forschung-kultur.de/cms/upload/degeval-bremen-schmidt-kurzeja.pdf>. Zugegriffen: 15. Januar 2019.
- LaPlaca Cohen (2017). *Culture Track 2017*. <https://culturetrack.com/wp-content/uploads/2017/02/CT2017-Top-Line-Report.pdf>. Zugegriffen: 05. September 2018.
- LWL Landschaftsverband Westfalen-Lippe (2018): Eintritt für Kinder und Jugendliche in LWL-Museen ab April frei. Pressemitteilung vom 05. Oktober 18. https://www.lwl.org/pressemitteilungen/nr_mitteilung.php?urlID=46214. Zugegriffen: 03. Februar 2019.
- NEA National Endowment for the Arts (2015). When Going Gets Tough: Barriers and Motivations Affecting Arts Attendance. *NEA Research Report* 59. <http://arts.gov/sites/default/files/when-going-gets-tough-revised2.pdf>. Zugegriffen: 03. August 2018.
- Nicolau, J. (2010). Culture-sensitive Tourists are More Price Insensitive. *Journal of Cultural Economics* 34 (3), S. 181–195.
- Oelschläger, V. (2018). Stadtmuseum mit sehr viel mehr Besuchern. Märkische Allgemeine vom 06. September 2018. <http://www.maz-online.de/Lokales/Potsdam/Potsdam-Museum-mit-sehr-viel-mehr-Besuchern>. Zugegriffen: 05. Dezember 2018.

- Pechtl, H. (2005). *Preispolitik*. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- PSB Penn Schoen Berland Associates Inc. (2007). Culture and the Arts Survey 2007. http://www.laplacacohen.com/media/company/STUDIES/PSB_ToplineReport_120307.pdf. Zugegriffen: 01. Februar 2019.
- Rauterberg, H. (2008). Schafft die Eintrittsgelder ab! Viele Museen in London und Paris sind wieder frei zugänglich. Worauf warten die deutschen Städte noch? Die Zeit vom 31. Januar 2008. <http://www.zeit.de/2008/06/Museumseintritt>. Zugegriffen: 03. August 2018.
- Renz, T. (2016a). Nicht-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development. Bielefeld: transcript.
- Renz, T. (2016b). Nicht-Besucher ins Museum! Ein Vortrag von Thomas Renz anlässlich der Arbeitstagung des Museumsverbandes Baden-Württemberg e.V. am 21. und 22. Oktober in Ludwigsburg. https://www.museumsverband-bw.de/fileadmin/user_upload/mvbw/pdfs/Tagungsvortraege/2016/Partizipation_Ludwigsburg/Renz_Nicht-Besucher_ins_Museum_2016.pdf. Zugegriffen: 01. Februar 2019.
- Renz, T. & Mandel, B. (2010): Barrieren der Nutzung kultureller Einrichtungen. Eine qualitative Annäherung an Nicht-Besucher. http://www.fachverband-kulturmanagement.org/wp-content/uploads/2010/07/Onlinetext_Nicht-Besucher__Renz-Mandel1.pdf. Zugegriffen: 02. März 2019.
- Reuband, K.-H. (2015). Der Besuch von Theatern und Opern in der Bundesrepublik. Verbreitung, Trends und paradoxe Altersbeziehungen. *Jahrbuch für Kulturpolitik 2014*, S. 359-374.
- Scheff Bernstein, J. (2007). Arts Marketing Insights. The Dynamics of Building and Retaining Performing Arts Audiences. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schulze, G. (2005). Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt a. Main: Campus Verlag.
- Shrapnel, E. (2012). Engaging Young Adults in Museums. An Audience Research Study. <https://media.australianmuseum.net.au/media/dd/Uploads/Documents/26111/Final%20Project.e3d7707.pdf>. Zugegriffen: 18. Dezember 2018.
- Siems, F. (2009). Preismanagement. Konzepte, Strategien, Instrumente. München: Vahlen.
- Statistics New Zealand (2003). A Measure of Culture: Cultural experiences and cultural spending in New Zealand. <http://archive.stats.govt.nz/~media/Statistics/browse-categories/people-and-communities/time-use/measure-of-culture/measure-of-culture.pdf>. Zugegriffen: 19. Dezember 2018.
- Thiele, C. (2017). Kostenlos Gauguin besuchen? Das Folkwang Essen und andere Museen proben freien Eintritt. Beitrag vom 12. November 2017, aktualisiert am 21.11.2017. https://www.riffreporter.de/debattemuseum/kostenlos_gauguin_besuchen/. Zugegriffen: 24. November 2018.
- Wegner, N. (2015). Museumsbesucher im Fokus. Befunde und Perspektiven zu Besucherforschung und Evaluation in Museen. *Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und Befunde*, S. 255-283. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wegner, N. & Kulturgold (2016). Bevölkerungsbefragung zur Kulturnutzung und -nichtnutzung in der Stadt Böblingen im Auftrag der Stadt Böblingen, Amt für Kultur. [https://www.boeblingen.de/site/Boeblingen-Darksite/get/params_E-532339268/13841745/Teilbericht_Bevölkerungsbefragung_BB.pdf%20\(S.%2077\)](https://www.boeblingen.de/site/Boeblingen-Darksite/get/params_E-532339268/13841745/Teilbericht_Bevölkerungsbefragung_BB.pdf%20(S.%2077)). Zugegriffen: 30. September 2018.

2 Auswertung vorhandener Literatur und Studien zu freiem Museumseintritt

2.1 Die aktuelle Debatte um freien Museumseintritt in Deutschland

Differenzierung des freien Eintritts

Freier Eintritt in deutsche Museen wird seit langem und immer wieder diskutiert, so dass bisweilen von einer „alten, immer neuen Debatte“ die Rede ist.⁴⁵ Dabei ist nicht immer klar, was genau unter freiem Eintritt verstanden werden soll, denn die Maßnahme kann, wie andere Optionen der Preisdifferenzierung auch, in sehr unterschiedlicher Form genutzt werden.⁴⁶ In der Regel ist der Eintritt nicht für alle Besucher und für alle Angebote frei, sondern in bestimmter Weise begrenzt.⁴⁷

- **Inhaltliche Einschränkungen:** Häufiger wird der freie Eintritt für Dauerausstellungen gewährt, während Sonderausstellungen und Veranstaltungen weiterhin kostenpflichtig sind.
- **Räumliche Einschränkungen:** Freier Eintritt kann auf einen bestimmten Bereich des Hauses oder etwa eine Außenstelle begrenzt werden, während andere Bereiche weiterhin kostenpflichtig sind. Diese Trennung geht üblicherweise mit der o.g. inhaltlichen Differenzierung einher.
- **Zeitliche Einschränkungen:** Die häufigste Form des freien Eintritts für alle Besucher ist ein zeitlich begrenztes Angebot, z.B. nur an einem bestimmten Tag in der Woche, im Monat oder im Jahr und/oder zu bestimmten Uhrzeiten.
- **Personelle Einschränkungen:** Fast alle Museen bieten freien Eintritt für Kinder, jedoch mit unterschiedlicher Auslegung der Altersgrenze. Bisweilen haben Menschen mit einem bestimmten (Berufs-)Status (z.B. Arbeitsuchende, Auszubildende, Studierende usw.) oder bestimmten Funktionen (Begleitpersonen für Menschen mit Behinderung, Presse, Mitglieder in Berufsverbänden) freien Eintritt. Üblicher ist jedoch, dass diese Segmente ermäßigten Eintritt zahlen.⁴⁸

Anhand einiger aktueller Beispiele aus Deutschland kann dies im Folgenden veranschaulicht werden.

⁴⁵ Günter 2015, ähnlich vgl. Eilers 2015, Hoffmann 2016. Laut Anderson (1998, S. 180) geht die Debatte in Großbritannien bis ins 17. Jahrhundert zurück.

⁴⁶ Zu den Optionen der Preisgestaltung im Museum vgl. Hausmann 2006; Rentschler et al. 2007.

⁴⁷ Zu erwähnen sind Preismodelle, die ähnliche Ziele verfolgen wie freier Eintritt, ohne Eintrittsgelder kategorisch abzuschaffen, etwa Pay-What-You-Want und andere partizipative Modelle, vgl. Stanehl 2017, S. 35 ff. Auf diese wird in den Experteninterviews Bezug genommen, sie sind aber kein Untersuchungsschwerpunkt.

⁴⁸ vgl. Institut für Museumsforschung 2018, S. 48.

2.1.1 Generell freier Eintritt

Jedes dritte Museum: Ein bemerkenswerter Teil (etwa 35%) der über 6.000 Museen in Deutschland verzichtet bereits auf das Erheben von Eintrittspreisen. Dabei handelt es sich vorwiegend um kleinere, oft ehrenamtlich geführte Häuser mit weniger als 5.000 Besuchen pro Jahr, um Gedenkstätten oder wissenschaftliche Archive.⁴⁹ Aber auch bedeutsame Museen und Sammlungen, sowohl in öffentlicher als auch in privater Trägerschaft, z.B. die Sammlung Goetz in München, bieten den Museumsbesuch frei von Eintrittsgeldern an.⁵⁰

Humboldt Forum Berlin: Das Humboldt Forum im Berliner Schloss soll Ende 2019 eröffnen und nationale wie internationale Strahlkraft entfalten. Entsprechend der im Koalitionsvertrag der Bundesregierung festgelegten Forderung „Regelmäßiger freier Eintritt in bundesgeförderte Kultureinrichtungen“ wird im Bund derzeit diskutiert, ob für Besuche der Sammlung vollständig auf Eintrittspreise verzichtet werden soll.⁵¹ Die Anhörung einer Expertengruppe im November 2018 führte zu dem einhelligen Schluss, dass freier Eintritt allein nicht „nicht automatisch zu dauerhaft höheren Besucherzahlen“ führt.⁵² Sollte der Eintritt ins Humboldt Forum dennoch frei sein, könnte eine Ausweitung auf weitere vom Bund geförderte Einrichtungen die Folge sein. Als problematisch wird u.a. die Wirkung auf die Eintrittspreise anderer Berliner Museen diskutiert, insbesondere die Museen auf der nahegelegenen Museumsinsel befürchten Besucherverluste.⁵³

Museen der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland: Als Einrichtungen des Bundes sind die vier Institutionen der Stiftung (Tränenpalast und Museum in der Kulturbrauerei Berlin, Zeitgeschichtliches Forum Leipzig und Haus der Geschichte Bonn) bereits seit ihrer Eröffnung ohne Eintritt zu besuchen.⁵⁴

2.1.2 Freier Eintritt in die Dauerausstellung bzw. Sammlungspräsentation

Museum Folkwang Essen: Einer der derzeit meist beachtetten Fälle für den Einsatz von freiem Eintritt in die Dauerausstellung ist das Museum Folkwang Essen. Aufgrund der Bedeutung dieses Praxisbeispiels wird es in Abschnitt 2.2.3 sowie Kapitel 5.2 und 5.3 im Vergleich mit Ergebnissen der Besucherbefragung an den baden-württembergischen Museen ausführlicher betrachtet.

⁴⁹ vgl. Institut für Museumsforschung 2018, S. 43.

⁵⁰ vgl. Sammlung Goetz 2018, o.S.

⁵¹ vgl. Die Bundesregierung 2018, S. 18.

⁵² vgl. Ausschuss für Kultur und Medien im Bundestag 2018, o.S.

⁵³ vgl. dpa 2019, o.S.

⁵⁴ vgl. Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland 2018, o.S.

Potsdam Museum: Zwischen Mai und Juli 2018 gewährte das Museum für Stadtgeschichte in Potsdam in einer „Testphase“ freien Eintritt in die ständige Sammlung. Ähnlich den Effekten im Museum Folkwang Essen erreichte die Aktion viele neue Besucher und führte zu einer Steigerung bei jungem Publikum. Ein Anstieg von Besuchern aus sozial benachteiligten Bevölkerungsschichten wurde aber auch hier nicht erreicht. Zudem sagten viele der Besucher (75%), dass sie den regulären Eintrittspreis gezahlt hätten (vgl. mit Ergebnissen der Besucherbefragung an den baden-württembergischen Museen in 5.2 und 5.3).⁵⁵ Daneben profitierte das Haus vom Besucherzuspruch des Museums Barberini. Viele Besucher seien „auf einen Blick“ aus dem benachbarten Kunstmuseum ins Potsdam Museum gekommen. Eine zweite Testphase von März 2019 bis Ende 2019 soll weitere Erkenntnisse bringen.⁵⁶

Dortmund: Seit Beginn des Jahres 2019 sind die Dauerausstellungen aller städtischen Museen kostenlos. Die sieben Häuser (Museum Ostwall, Museum für Kunst- und Kulturgeschichte, Hoesch-Museum, Brauerei-Museum, Westfälisches Schulmuseum, Kindermuseum Adlerturm) erreichten bisher zusammen 110 Tsd. Besuche in Sonder- und Dauerausstellungen.⁵⁷ Ob und inwiefern die Maßnahme Wirkung erzielte, darüber lagen bei Abschluss dieses Berichts keine ausreichenden Informationen vor.

Magdeburg: Zwar liegt die Initiative der Stadt Magdeburg einige Jahre zurück – für die drei städtischen Museen wurde bereits 2004 freier Eintritt eingeführt – doch ist es bis heute eines der wenigen Beispiele für eine größere öffentliche Eintritt-frei-Maßnahme über mehrere Jahre. Die Einführung des freien Eintritts hatte hier keine Auswirkung auf die Besuchszahlen. Im Jahr 2003 (mit Eintritt) hatten die Museen 116 Tsd. Besuche, 2004 (bei freiem Eintritt) nur 114 Tsd. Besuche. Zwar stiegen die Besuchszahlen in der Folge an, 2006 sogar auf über 300 Tsd., jedoch ausdrücklich nur aufgrund der Sonderausstellungen. Im Jahr 2009 lagen die Zahlen mit 86 Tsd. Besuchen unter dem Niveau vor der Einführung des freien Eintritts und sanken mit der Wiedereinführung des Eintritts im Jahr 2010 weiter auf 76 Tsd. Besuche. Bis zum Jahr 2017, der jüngsten verfügbaren Statistik, haben sich die Häuser noch nicht wieder erholt und liegen mit 96 Tsd. Besuchen fast 20% unter dem Wert von 2003.⁵⁸ Der freie Eintritt war zudem mit der Hoffnung verbunden worden, den Einnahmeausfall an der Kasse durch Mehreinnahmen in Shop und Café zu kompensieren, was in keiner Weise gelang (vgl. hierzu auch Ergebnisse der Besucherbefragung in 5.3.2).⁵⁹

⁵⁵ vgl. Oelschläger 2018, o.S.; dpa 2017, o.S.

⁵⁶ vgl. Jäger 2019, o.S.

⁵⁷ vgl. dpa 2018a, o.S., Stadt Dortmund 2019, o.S.

⁵⁸ vgl. Amt für Statistik, Wahlen und demografische Stadtentwicklung Landeshauptstadt Magdeburg 2018, S. 115.

⁵⁹ vgl. Göres 2010, o.S.

Stuttgart: Das Stuttgarter Stadtpalais eröffnete im Frühjahr 2018 und verlangt, gemäß seinem Selbstverständnis als „Museum für Stuttgart“ keinen Eintritt. Mögliche Auswirkungen auf die Museen in der unmittelbaren Umgebung, insbesondere das Landesmuseum Württemberg und die Staatsgalerie Stuttgart, werden in den Kapiteln 4 und 5 aufgegriffen.

2.1.3 Regelmäßige eintrittsfreie Tage

In jüngerer Zeit ist eine wachsende Zahl an Trägern zu beobachten, die als Alternative zu generell freiem Eintritt regelmäßig freien Eintritt an bestimmten Wochentagen anbieten. Einige aktuelle Beispiele sind hier aufgeführt:

Wöchentlich ein Tag mit freiem Eintritt:

Düsseldorf: Seit Anfang 2019 ist der Eintritt in die städtischen Museen (Filmmuseum, Goethe-Museum, Hetjens-Museum, Schifffahrtmuseum im Schlossturm, Stadtmuseum und Theatermuseum) an jedem Sonntag frei. Das ist insbesondere deshalb bemerkenswert, da der Sonntag in Museen üblicherweise der besucherstärkste Tag ist, an dem außerdem die höchsten durchschnittlichen Eintrittsgelder erlost werden. Er sei ausgewählt worden, „(...) um den Düsseldorfer Bürgerinnen und Bürgern jeden Alters und den Gästen der Stadt den Weg in die Museen zu erleichtern.“⁶⁰

Weitere Wochentage: Mehrere Museen, u.a. in Dresden (Kunstsammlungen und Städtische Museen), Karlsruhe (u.a. Badisches Landesmuseum, Städtische Galerie) und Hannover (u.a. Landesmuseum) bieten jeweils am Freitagnachmittag freien Eintritt an. In der Staatsgalerie Stuttgart, ebenso wie in der Galerie für Zeitgenössische Kunst Leipzig gilt jeden Mittwoch freier Eintritt.⁶¹

Monatlich ein Tag mit freiem Eintritt:

Köln: Im September 2018 scheiterte eine Initiative der Kölner SPD, ab 2019 freien Eintritt in die städtischen Museen zu erreichen (zehn Museen mit knapp 1 Mio. Besuchen jährlich, darunter das Museum Ludwig mit fast 300 Tsd. Besuchen). Für das Vorhaben hätten etwa 2,4 Mio. Euro an Eintrittseinnahmen kompensiert werden müssen. Als Kompromiss ist nun der 1. Donnerstag im Monat frei (der sog. KölnTag), allerdings nur für Personen mit Wohnsitz in Köln, die sich per Personalausweis als solche ausweisen können. Neben freiem Eintritt werden verlängerte Öffnungszeiten und Sonderführungen angeboten.⁶²

⁶⁰ vgl. Stadt Düsseldorf 2018, o.S.

⁶¹ Siehe die jeweiligen Webseiten der Museen.

⁶² vgl. Stadt Köln 2019, o.S.

Frankfurt: Im Jahr 2016 kam es in Frankfurt a.M. zu einer kulturpolitischen Debatte, als die städtischen Museen freien Eintritt für Kinder, Jugendliche und Studierende einführten, während die nicht-öffentlichen Museen (u.a. Städel, Schirn, Liebighaus, Deutsches Filmmuseum) am Eintritt festhielten und dies bis heute tun. Unter dem Label „Saturday“ bieten die städtischen Museen zudem an jedem letzten Samstag freien Eintritt an.⁶³

Bremen: In Bremen wird seit einer Großen Anfrage der Fraktion DIE LINKE an den Bremer Senat im Herbst 2017 über freien Eintritt diskutiert. Der Senat hatte die Anfrage eher ablehnend beantwortet. Befürwortet wird derzeit, einmal im Monat freien Eintritt anzubieten.⁶⁴ Eine Testphase in zwei Landesmuseen (Focke-Museum und Überseemuseum) soll 2019 weitere Erkenntnisse bringen.

Weitere Beispiele:

- Am 1. Montag: Archäologischer Park Xanten (LVR-Museum)
- Am 1. Dienstag: Städtische Museen und Galerien Erfurt
- Am 1. Mittwoch: Städtische Museen Leipzig (u.a. Schillerhaus, GRASSI Museum)
- Am 1. Freitag: LandesMuseum Bonn (LVR-Museum)
- Am 1. Sonntag: Dresden – „im Rotationsprinzip“ jeden 1. Sonntag im Monat: Porzellansammlung im Zwinger, jeden 2. Sonntag: Museum für Sächsische Volkskunst, jeden 3. Sonntag: Das Albertinum usw.)
- Am letzten Donnerstag: Max Ernst Museum Brühl (LVR-Museum)
- Am letzten Sonntag: Naturkundemuseum Leipzig

2.1.4 Freier Eintritt an ausgewählten Tagen

Zahlreiche Museen bieten an ausgewählten Tagen freien Eintritt. Ein prominentes Beispiel sind die Landesmuseen in Nordrhein-Westfalen. In den Jahren 2016 und 2017 hatten sich sowohl das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport als auch die Landschaftsverbände Rheinland (LVR) und Westfalen-Lippe (LWL) umfänglich mit dem Thema beschäftigt. Auch hier wurde nach eingehender Prüfung (u.a. eine Machbarkeitsstudie) auf die Umsetzung eines generell freien Eintritts verzichtet.⁶⁵ Derzeit wird an ausgewählten Tagen freier Eintritt angeboten. Auf den Internetseiten der Landschaftsverbände können Besucher, die gezielt nach freien Eintrittsangeboten suchen, die Termine der Museen einsehen.

⁶³ vgl. Göpfert 2016, o.S.

⁶⁴ vgl. Bremische Bürgerschaft 2017, o.S.

⁶⁵ vgl. Dumbs und Oyey 2017; LVR 2017.

Zudem soll der Eintritt für Kinder und Jugendliche ab April 2019 abgeschafft werden. Die Anreise junger Besucher wird mithilfe eines „Mobilitätsfonds“ unterstützt.⁶⁶

Des Weiteren bieten viele Museen an bestimmten Feier-, Themen- oder Gedenktagen freien Eintritt, etwa am Tag der Deutschen Einheit oder am Internationalen Museumstag.

Auch kulturelle Events wie die vielerorts durchgeführte „Lange Nacht der Museen“ sind mittlerweile etabliert und können als Teil der Bestrebungen verstanden werden, die Museen zu öffnen. Zwar ist der Eintritt hierbei nicht frei, durch die „Flatrate“-Preisgestaltung und die Möglichkeit, mehrere Museen auch außerhalb der üblichen Öffnungszeiten zu besuchen, wirken diese Veranstaltungen aber ähnlich. Studien deuten allerdings darauf hin, dass sich aus Eventformaten nur geringe bis keine Besucherbindung erzielen lässt.⁶⁷

2.1.5 Ziele von freiem Museumseintritt

Aus den Besucherbefragungen, Machbarkeitsstudien, Praxis- und Medienberichten zu den o.g. und anderen Versuchen, freien Eintritt in Museen zu etablieren, ist zumeist nicht eindeutig nachzuvollziehen, welche konkreten Ziele mit der Maßnahme verfolgt werden.⁶⁸ Unter Bezugnahme auf die 1981 von Hilmar Hoffmann postulierte „Kultur für alle“ wird, implizit oder explizit, von einer „Öffnung“ der Museen oder deren „Belebung“ gesprochen.⁶⁹ Unter anderem wird erwartet, dass die Museen durch freien Eintritt zu „Orten der Begegnung“ werden.⁷⁰

Implizit geht es also auch um die Legitimation von Museen, die ihren öffentlichen Auftrag nur teilweise erfüllen, wenn sie ausschließlich bestimmten Bevölkerungsgruppen zugänglich sind. Die Debatte um freien Eintritt zielt dabei nur auf eine der vier vom International Council of Museums ICOM formulierten Museumsaufgaben, das Ausstellen bzw. die Rezeption der Ausstellungen. Diese Aufgabe ist, anders als das Sammeln, Bewahren und Erforschen, die öffentlich am stärksten wahrgenommene. Zu beobachten ist in diesem Zusammenhang ein Entwicklungsprozess, auch im ICOM, der sich von den funktionalen Aufgaben hin zu einem zweckmäßigen Dasein der Museen als Erlebnisorte skizzieren lässt.⁷¹ Die Debatte um den freien Eintritt verkürzt die Museumsleistung zumeist auf das Ausstellen.

Was genau im Kontext des freien Eintritts unter „Öffnung“ oder „Belebung“ zu verstehen ist und welche Zielgruppen in welchem Umfang erreicht werden sollen, bleibt i.d.R. offen. Ohne eine möglichst präzise Zieldefinition kann jedoch der Erfolg der Maßnahme nicht eindeutig ermittelt werden. Auch wenn ‚nur‘ die Besuchszahlen gesteigert werden sollten, müsste ein Ziel definiert werden, welche Zahl wünschenswert ist.

⁶⁶ vgl. LWL 2018, o.S.

⁶⁷ vgl. Barbosa & Quelhas Brito 2012, S. 30; Dilenschneider 2015a, o.S.; Saehrendt 2016, o.S.

⁶⁸ vgl. dazu auch Grabowski 2018, o.S.

⁶⁹ vgl. Braun 2018a; Stadt Dortmund 2019, o.S.

⁷⁰ vgl. Stadt Dortmund 2019, o.S.

⁷¹ vgl. Barbosa & Quelhas Brito 2012, S. 17; Alexander 1999, S. 31.

Unstrittig ist, dass freier Eintritt, anders als die meisten Preisentscheidungen, keine finanziellen Ziele verfolgt. Im Gegenteil, durch den Ausfall der Eintrittsgelder muss das Museum alternative Finanzierungsformen finden, bspw. öffentliche oder private Unterstützung.

Folgende Zielbereiche können aus der aktuellen Debatte herausgearbeitet werden:

- Eine stärkere Bindung des Stammpublikums, indem bisherige Besucher noch öfter ins Museum kommen.
- Die Gewinnung „neuer“ Besucher. Als solche gelten je nach Definition bereits diejenigen, deren letzter Besuch 12-24 Monate zurückliegt.
- Eine „Verjüngung“ des Publikums durch einen höheren Anteil an jungen Besuchern. Wer als „jung“ gilt, bleibt zumeist offen. In der Besucherbefragung des Museum Folkwang wurden darunter z.B. Besucher bis 34 Jahre verstanden.
- Eine Öffnung gegenüber „museumsfernen Publikumskreisen“. In Abgrenzung zu jungen Besuchern scheinen unter „museumsfern“ (bisweilen implizit) vor allem sozial benachteiligte und damit einkommensschwache Menschen gemeint zu sein. Es könnte sich aber auch um eine „inhaltliche Ferne“ handeln, d.h. bisher nicht oder wenig am Museum interessierte Menschen, unabhängig von ihrer finanziellen oder sozialen Lage. In einer sehr weiten Definition werden darunter all diejenigen gefasst, die nicht „klassisches Museumspublikum“ sind (ein jüngerer, weniger gut gebildetes und weniger einkommensstarkes Publikum).

In nur wenigen der verfügbaren Studien oder öffentlichen Debatten zum freien Museumseintritt ist nachvollziehbar, woran genau der Erfolg der Maßnahme gemessen werden soll. Ob und inwiefern vor der Einführung eine Bestandsaufnahme gemacht wurde, lässt sich i.d.R. nicht nachvollziehen. Fehlende Ziele und Bezugspunkte erschweren die Einschätzung, ob die Maßnahme erfolgreich war oder nicht. Zudem fehlen meist langfristige Studien und öffentlich verfügbare Detailanalysen, die eventuelle Schwankungen, Sondereffekte oder Zusammenhänge sichtbar machen könnten.

Neben dieser Besucherperspektive werden bisweilen ergänzende Argumente für freien Eintritt in Museen genannt. Dazu gehört, dass in öffentlichem Eigentum befindliche Sammlungen der Öffentlichkeit frei zugänglich sein sollten. Damit ließe sich allerdings auch für freien Eintritt in Theater oder andere öffentliche Kulturangebote argumentieren. Jenseits der Museen ist jedoch kaum ein öffentlicher Diskurs dergleichen festzustellen. Weiter solle mit dem freien Eintritt einem „Besucherschwund“ in deutschen Museen begegnet werden. Auch wenn die Freizeitkonkurrenz wächst, ist ein solcher langfristig nicht festzustellen: Die Besuchszahlen sind kontinuierlich seit Mitte der 1990er Jahre von rund 90 Mio. auf über 110 Mio. gestiegen.⁷²

Für die untersuchten baden-württembergischen Museen war die Frage nach ihren Zielen von freiem Museumseintritt ein Aspekt in den Experteninterviews (vgl. Kapitel 4).

⁷² vgl. Institut für Museumsforschung 2018

2.2 Potenzielle Wirkungen des freien Eintritts

Im folgenden Abschnitt werden einige in der Literatur diskutierte potenzielle Wirkungen des freien Eintritts auf das Besucherverhalten, die öffentliche Wahrnehmung der Museumsleistung und die finanzielle Situation der Museen diskutiert.⁷³

2.2.1 Potenzielle Wirkung auf Besuchszahlen, Besucherverhalten und Besucherstruktur

Anzahl der Besuche

Einleitend gilt es zu erörtern, inwiefern Museumsbesucher oder Interessierte an einem Museumsbesuch auf eine mögliche Veränderung der Eintrittspreise – hier: die Einführung von freiem Eintritt – reagieren.

- Grundsätzlich geht die Kulturökonomie von einer unelastischen Nachfrage bei Kulturkonsumenten aus, d.h. Preisveränderungen wirken nur in geringem Maße auf die Nachfrage.⁷⁴
- Zugleich gilt die Nachfrage als einkommenselastisch, d.h. die Nutzungsfrequenz ist abhängig vom verfügbaren Einkommen. Dass ein hohes Einkommen oft mit einem qualifizierten Beruf und dieser wiederum mit einem hohen Bildungsabschluss im Zusammenhang steht, dass also Abhängigkeiten zwischen verschiedenen Faktoren bestehen, ist eine Herausforderung für die gesamte Besucherforschung.

Bei freiem Eintritt für alle, ggf. inhaltlich eingeschränkt auf die Dauerausstellung:

- Einige verfügbare Beispiele zeigen, dass Museen, die einen umfassenden freien Eintritt eingeführt haben (z.B. jederzeit freier Eintritt für alle in die Dauerausstellung), ihre Besuchszahlen zunächst steigern konnten. Mittel- bis langfristig normalisierte sich der Besucherzuspruch weitgehend, in vielen Fällen durchaus auf einem höheren Niveau als vor der Einführung des freien Eintritts.⁷⁵ Der Effekt, dass sich eine Neuheit bzw. Attraktion, wie es auch die Einführung des freien Eintritts in ein bekanntes oder beliebtes Museum ist, mit der Zeit bis zu einem gewissen Grad abnutzt, ist nicht nur allgemein anerkannt, sondern lässt sich auch für Museen bis zu Anfängen der modernen Museen nachvollziehen.⁷⁶ Wie die Maßnahme über Jahre oder Jahrzehnte wirkt, ist für deutsche Museen bisher kaum erforscht.
- Gegenbeispiele (z.B. die städtischen Museen Magdeburg, 2.1.2) zeigen, dass freier Eintritt auch wirkungslos bleiben kann.

⁷³ vgl. i.F. Bailey und Falconer 1998; Le Gall-Ely et al. 2008; Nickel 2008; O'Hagan 1995; Vermeulen 2008; Völz 2017.

⁷⁴ vgl. u.a. Bailey et al. 1997; Darnell 1998; O'Hagan 1995. Für den deutschen Museumsbereich nachgewiesen bei ifo Institut für Wirtschaftsforschung & Institut für Museumskunde (1996, S. 123ff.).

⁷⁵ Die Besuchszahlen des Museums Folkwang scheinen sich nach einem rasanten Anstieg infolge der Einführung des freien Eintritts im Jahr 2015 mittlerweile zu stabilisieren und steigen seit nunmehr drei Jahren bei rund 90-100 Tsd. Besuchen nur noch weniger.

⁷⁶ vgl. Anderson 1998, S. 180.

- Für Großbritannien, wo seit 2001 freier Eintritt in die sog. Nationalmuseen gilt, liegen langfristige Daten vor. Dort konnte ein Zuwachs der Besuchszahlen von rund 40% erreicht werden. Seit rund vier Jahren sinken die Besuchszahlen allerdings leicht bzw. stagnieren derzeit (siehe Abschnitt 2.2.3).
- Auch ältere Studien aus den letzten Jahrzehnten kommen zu unterschiedlichen Ergebnissen, was die Wirkung auf die Besuchszahlen betrifft.⁷⁷

Bei zeitlichen oder personellen Einschränkungen:

- Ob und wie zeitlich eingeschränkte Maßnahmen wirken (z.B. freier Eintritt an einem bestimmten Tag in der Woche oder im Monat), darüber liegen keine ausreichenden Informationen vor. Es ist zumindest kein Fall bekannt, der als herausragendes Beispiel für die Wirkung herangezogen werden könnte. Die jüngsten Einführungen (z.B. Dortmund, Köln, Düsseldorf) müssen zunächst bewertet werden.
- Personell eingeschränkte Maßnahmen (insb. freier Eintritt für Kinder und Jugendliche) nehmen derzeit zu. Sie werden hier nicht ausführlicher betrachtet, weil der Fokus der Untersuchung auf Erwachsenen liegt. Auch sind Schulklassenbesuche von Besuchen durch Familien zu trennen (siehe Einleitung).

Anzahl der besuchenden Personen / Besuchsfrequenz

Die Anzahl der Besuche ist von der Anzahl der besuchenden Personen zu unterscheiden. Eine Steigerung der Besuchszahlen ist auch dann gegeben, wenn das bestehende Publikum häufiger kommt. Eine solche Steigerung der Besuchsfrequenz ist durchaus wünschenswert und bei freien Eintrittsangeboten zu beobachten.⁷⁸ Die „Bindung des Stammpublikums“ war bspw. im Museum Folkwang Essen ausdrückliches Ziel des freien Eintritts. Häufige Wiederbesuche können zu einer höheren emotionalen Bindung an das Museum und/oder den Inhalt im Allgemeinen führen, was in Essen teilweise für die ausgestellte Kunst festgestellt werden konnte.⁷⁹

Neue Besucher / Erstbesucher

Ein Ziel des freien Eintritts ist die Gewinnung neuer Besucher. Relevant ist daher auch die Veränderung des Anteils der Erstbesucher infolge der Einführung von freiem Eintritt. Jedes Museum hat im laufenden Betrieb Erstbesucher. Fraglich ist, wie stark sich dieser Anteil mit freiem Eintritt ändert. Die Einführung führte in den Fällen, für die Evaluationen ausgewertet werden konnten, zu einer Steigerung der Erstbesucher. Z.B. im Potsdam Museum stieg der Anteil der Erstbesucher infolge der Einführung des freien Eintritts deutlich an.⁸⁰

⁷⁷ vgl. Bailey et al. 1997; O'Hare 1975; O'Hagan 1995.

⁷⁸ vgl. Dilenschneider 2015b, o.S.

⁷⁹ vgl. RFH Köln 2017, o.S.

⁸⁰ vgl. Oelschläger 2018, o.S.; Wieselmann 2019, o.S.

Spontane Entscheidung

- In ähnlicher Weise wie Rabatte im Konsumgüterbereich der häufigste Auslöser für Spontankäufe sind, kann freier Eintritt im Museum einen spontanen Besuch auslösen.⁸¹ Auch dieser Effekt war im Potsdam Museum zu beobachten.⁸²
- Voraussetzung für Spontanbesuche – hier verstanden als Im-Moment-Entscheidung – ist eine entsprechende Lage des Museums. Wo wenige oder keine Passanten sind, können sich diese auch nicht spontan, z.B. ausgelöst durch den Sichtkontakt mit dem Haus und dessen Außenwerbung, für einen Besuch entscheiden.⁸³
- Wenn zudem der Aufwand für die Anreise hoch ist, rückt der Vorteil des freien Eintritts relativ zum Anreiseaufwand in den Hintergrund. In diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen, dass der Eintrittspreis nur ein Teil der gesamten Kosten des Museumsbesuchs ist. Gerade bei Kindern und Jugendlichen (bzw. Schulklassen) übersteigen die Kosten für die Anfahrt häufig den Eintrittspreis. Bei Erwachsenen sind zudem Konzepte wie Verlustaversion zu berücksichtigen: Die Angst, bei einem Museumsbesuch Zeit zu verlieren, wiegt mitunter stärker als die Angst vor dem Verlust des Eintrittsgeldes.⁸⁴

Verweildauer / Nutzungsintensität

- Im Zusammenhang mit freiem Eintritt ist der Effekt zu vermuten und in Einzelfällen belegt, dass die Verweildauer eines Besuchs kürzer wird. Besucher scheinen das Gefühl zu haben, jederzeit wiederkommen zu können und ‚quälen‘ sich deshalb nicht bis zum letzten Raum.⁸⁵ Stattdessen finden mehr Kurzbesuche statt.⁸⁶ Da sie nicht den vollen Tagespreis zahlen müssen, lohnen auch „Schnupperbesuche“, bei denen sich Besucher einen ersten Eindruck verschaffen oder sich gezielter und öfter mit einzelnen Ausstellungsbereichen, Gegenständen, Werken usw. beschäftigen könnten.
- Die Nutzungsintensität gilt bei zahlenden Besuchern zugleich als ein Indikator für die Zahlungsbereitschaft, welche wiederum mit dem wahrgenommenen Wert der Leistung in Verbindung steht. Eine längere Verweildauer im Museum wird als wertiger bzw. als höherer Nutzen wahrgenommen, auch weil damit der Eintrittspreis je Stunde sinkt.⁸⁷
- Die Beziehung zwischen Museen und Besuchern bzw. die Erwartungshaltung an den Museumsbesuch könnte sich bei freiem Eintritt verändern. Wenn Besucher sich nicht fragen müssen, ob der Besuch ‚sein Geld wert sein wird‘, könnte eine weniger ‚dienstleistungsorientierte‘ Auseinandersetzung stattfinden. Die Beschäftigung mit einzelnen Werken, Objekten usw. könnte durch die Möglichkeit, jederzeit ohne

⁸¹ vgl. Stiftung für Zukunftsfragen 2015, S. 10.

⁸² vgl. Oelschläger 2018, o.S.

⁸³ vgl. Allroggen 2016, o.S.

⁸⁴ vgl. Ashworth & Johnson 1996, S. 68; Kolb 1997, S. 145.

⁸⁵ vgl. Le-Gall Ely et al. 2008, S. 15.

⁸⁶ vgl. RFH Köln 2017.

⁸⁷ vgl. Ashworth & Johnson 1996, S. 72.

finanziellen Aufwand wiederkommen zu können, befördert werden. Zu berücksichtigen bleibt, dass der Besuch dennoch die investierte Zeit wert sein muss.

Besucherströme / Kapazitäten

- Bietet ein Museum an einzelnen Tagen oder zu bestimmten Uhrzeiten freien Eintritt an (z.B. jeden Mittwoch, immer freitagnachmittags), kann es damit Besucherströme lenken und Kapazitäten ausgleichen.
- Zugleich ist zu befürchten und in der Praxis öfter zu beobachten, dass diejenigen Besucher, die ihre Zeit etwas freier einteilen können als andere (v.a. Rentner), ihren Besuch auf den Tag mit freiem Eintritt legen. Sie weichen also aus, von einem Tag, an dem sie sonst den vollen Eintritt gezahlt hätten auf einen Tag mit freiem Eintritt. Dieser Effekt ist schwer nachzuweisen, weil Rentner i.d.R. keinen ermäßigten Eintritt erhalten und damit als Besuchersegment an der Museumskasse nicht gesondert erfasst werden.
- Bei freiem Eintritt an allen Tagen entfällt die Möglichkeit der Kapazitätssteuerung vollständig. Ferner ist damit zu rechnen, dass der freie Eintritt verstärkend auf bereits besuchsstarke Tage wirkt, insbesondere Sonntage. Stark ausgelastete Häuser könnten hier an Kapazitätsgrenzen stoßen.
- Bei touristisch attraktiven Museen sind des Weiteren eventuell Stoßzeiten zu berücksichtigen.

Publikumsstruktur / Jüngere und sozial benachteiligte Zielgruppen

- Freier Eintritt zielt besonders auf Zielgruppen mit einem geringen Haushaltseinkommen.⁸⁸ Dabei sollte unterschieden werden, ob das geringe Einkommen durch ein Ausbildungsverhältnis bedingt ist (Schüler, Auszubildende, Studierende usw.) oder das Einkommen aus anderen Gründen gering ist. Bei der letztgenannten Gruppe wird in diesem Zusammenhang oft auch eine soziale Benachteiligung angenommen.
- Ethnische Hintergründe spielen in der Debatte um freien Eintritt eine bemerkenswert nachrangige Rolle, anders etwa als in den USA, wo die ethnische Durchmischung als maßgeblich für die Diversität des Publikums betrachtet wird.
- Haushalten mit geringem Einkommen wird neben der Einkommenselastizität auch eine höhere Preissensibilität unterstellt, d.h. sie reagieren stärker auf Preisveränderungen oder Gratisangebote als einkommensstarke Haushalte. ‚Klassisches‘ Museumspublikum (tendenziell älter, gebildeter und einkommensstärker) akzeptiert die Preise weitgehend und ist bereit, für hochwertige Leistungen entsprechende Preise zu zahlen.⁸⁹

⁸⁸ Auch statistische Ämter verwenden das Haushaltseinkommen als maßgebliche Größe, bspw. weil in Partnerschaften bzw. Familien ein gemeinsames Einkommen veranlagt wird.

⁸⁹ vgl. ifo Institut für Wirtschaftsforschung & Institut für Museumkunde 1996, S. 123, Kolb 1997, Hoffmann 2016; O'Hagan 1995. Auch der Zuwachs an jungem Publikum im Fall des Museum Folkwang Essen betraf v.a. junges Publikum mit hohen Bildungsabschlüssen, vgl. RFH Köln 2017.

- Freier Eintritt scheint tatsächlich vorwiegend auf junges Publikum zu wirken, welches aufgrund der Ausbildungssituation nur über ein geringes Einkommen verfügt. Allerdings scheint v.a. junges Publikum erreicht zu werden, das hohe Bildungsabschlüsse hat und/oder an den musealen Inhalten bereits interessiert ist.⁹⁰ In diesem Fall wäre der Eintrittspreis eine echte Besuchsbarriere, weil er der bestehenden Besuchsmotivation im Weg stand (vgl. Kapitel 1.1).
- Gleichzeitig sollte berücksichtigt werden, dass die Preissensibilität immer mit dem Inhalt gekoppelt ist. So wurde im Bereich der darstellenden Künste nachgewiesen, dass geringes Einkommen bei Studierenden ein weniger bedeutsamer Faktor für die Besuchentscheidung ist als das Interesse. Die meisten Studierenden könnten sich den Eintrittspreis von 5-9 Euro leisten und leisten sich auch diverse höherpreisige Freizeitaktivitäten. Aber viele wollen sich den Besuch nicht leisten, weil er ihnen den Preis nicht wert ist.⁹¹
- Eine strukturelle Veränderung des Publikums hin zu einem größeren Besucheranteil aus sozial benachteiligten und/oder einkommensschwachen Gruppen (bei denen sich das geringe Einkommen nicht aus einem Ausbildungsstatus ergibt), konnte in Studien bisher ebenso wenig nachgewiesen werden wie ein substanzieller Beitrag zu mehr sozialer Diversität im Publikum.^{92, 93}
Auch im Museum Folkwang in Essen wurde anhand der jüngsten Besucherbefragung konstatiert: „Die klassische bildungsbürgerliche Klientel des Museums änderte sich [...] strukturell nicht.“⁹⁴
- Sogenannte ‚museumsferne‘ Schichten, sofern damit eine inhaltliche Distanz gemeint ist, werden demzufolge mit freiem Eintritt allein nicht erreicht, unabhängig vom Einkommen.⁹⁵

Touristisches Publikum

- Auch auf touristische Besucher kann der freie Eintritt Auswirkungen haben. Die Befürchtung, dass Berlintouristen das Humboldt Forum besuchen und die zahlungspflichtigen Museen der Museumsinsel zukünftig meiden, ist diesbezüglich ein großer Streitpunkt (s.o.). In Italien wurde der national gültige freie Eintritt an jedem ersten Sonntag wieder abgeschafft. Insbesondere Reiseanbieter machten sich den freien Eintritt zunutze und führten Touristen, ein sonst zahlungsbereites und wenig preissensibles Publikum, an jenen Sonntagen in die Museen.⁹⁶ Einer Untersuchung zufolge wuchs im Zeitraum des

⁹⁰ vgl. Kolb 1997; RFH Köln 2017.

⁹¹ vgl. Kolb 1997, S. 145.

⁹² vgl. Dilenschneider 2015a, o.S.

⁹³ Eine Ausnahme stellt die Studie von Bowman et al. (2019) dar. Bei der Evaluation von einzelnen Tagen mit freiem Eintritt in einem Naturkundemuseum im US-Bundesstaat Arizona konnte neben einer leichten Verjüngung des Publikums auch ein durchschnittlich niedrigerer Bildungsgrad festgestellt werden. Zudem wurde an Tagen mit freiem Eintritt eine Verschiebung der Besucherstruktur hin zu mehr ethnischer Diversität festgestellt.

⁹⁴ vgl. Museum Folkwang 2017, o.S.; RFH Köln 2017, o.S.

⁹⁵ vgl. Dilenschneider 2018b, o.S.

⁹⁶ vgl. dpa 2018b, o.S.

freien Eintritts nicht nur die Besuchszahlen an Tagen mit freiem Eintritt, sondern auch die an Tagen mit regulärem Eintritt.⁹⁷

- Als besonders wenig preissensibel gelten Kulturtouristen.⁹⁸ Bemerkenswerterweise sind gerade sie für rund 50% der Besuche derjenigen Londoner Museen verantwortlich, die als Beispiele für den erfolgreichen Einsatz des freien Eintritts gelten (vgl. Abschnitt 2.2.3).

2.2.2 Potenzielle Wirkung auf die Wahrnehmung der Leistung des Museums

- Die Fokussierung auf die Maßnahme ‚freier Eintritt‘ suggeriert, dass nicht die Inhalte, die Atmosphäre, die Vermittlungsangebote oder andere Leistungsaspekte des Museums ‚geöffnet‘ werden sollten, sondern ausschließlich die finanzielle Hürde (der Eintrittspreis) abgebaut werden müsse. Statt mit Mehrwert wird mit einem Minderopfer geworben. Gerade das ist allerdings höchst problematisch, wenn kommuniziert wird, dass der freie Eintritt der wichtigste Besuchsgrund bzw. der hauptsächliche Nutzen ist, und dieser Grund später entfällt, etwa wenn nach einer Testphase der Eintritt wieder eingeführt wird.
- Ob die Trennung von Dauerausstellung (mit freiem Eintritt) und Sonderausstellung (ohne freien Eintritt) vom Publikum anerkannt wird, darüber existieren keine empirischen Ergebnisse. Negative Reaktionen, dass ein Teil des Museums frei zugänglich ist, während für einen anderen weiterhin gezahlt werden muss, sind jedenfalls nicht bekannt. In Großbritannien wird der freie Eintritt entsprechend praktiziert. Der Begriff Sonderausstellung dürfte entsprechende Assoziationen wecken – etwas Besonderes, aber auch etwas Gesondertes, für das auch gesondert gezahlt werden muss, weil das Museum einen besonderen Aufwand hat.
- Anders als im Fall von Rabatten sind keine Hinweise darauf zu finden, dass mit dem freien Eintritt eine Wahrnehmung der Museumsleistung als ‚minderwertig‘ oder ‚qualitätsarm‘ einhergeht. Die Volksweise „Was nichts kostet ist nichts wert“ wird zwar in der Diskussion immer wieder befürchtet, erstreckt sich anscheinend aber nicht auf freien Eintritt in Museen. Der kulturelle Wert von Museen ist gemeinhin anerkannt.⁹⁹
- Ob und wie freier Eintritt umgekehrt zu einer positiven Wahrnehmung beiträgt, ist nicht eindeutig zu klären. Auch Studien kommen hierbei zu mehrdeutigen Ergebnissen.¹⁰⁰ Für Preisreduzierungen ist genauso bekannt, dass sie keine positiven Imageeffekte erzeugen wie auch vereinzelte Eintritt-frei-

⁹⁷ vgl. Cellini und Cuccia 2017, S. 1.

⁹⁸ vgl. Loon & Rouwendal 2017; Nicolau 2010.

⁹⁹ vgl. Holden 2006; Scott et al. 2014.

¹⁰⁰ vgl. Le-Gall Ely et al. 2010.

Angebote keine Bindungswirkung haben.¹⁰¹ Im Museum Folkwang gaben zwar 44% der Befragten an, „durch den freien Eintritt eine stärkere Beziehung zu Kunst zu entwickeln“, allerdings war dies umgekehrt für den etwas größeren Teil der Befragten (56%) nicht der Fall.¹⁰²

2.2.3 Potenzielle Wirkung auf die finanzielle Lage des Museums

- Auch wenn der Anteil der Eintrittsgelder an den gesamten Einnahmen bei öffentlichen und öffentlich geförderten Museen in der Regel gering ist, entfallen durch den Verzicht auf Eintrittsgelder Einnahmen, die kompensiert werden müssen. Selbst ‚erfolgreiche‘ Museen dürften kaum mehr als 25% ihrer Einnahmen aus dem Verkauf von Eintrittskarten erzielen.
- Ein Teil der Mindereinnahmen kann durch Kosteneinsparungen kompensiert werden. Insbesondere könnte der Betrieb einer Museumskasse entfallen, wodurch Kosten für Personal, Soft- und Hardware, Buchhaltung usw. eingespart werden können.¹⁰³ Das Einsparpotenzial ist allerdings denkbar gering und eine Kompensation des Einnahmeausfalls durch andere Einsparungen – an Service, Personal, Ausstellungsbudgets o.a. – dürfte nur mit einem Verlust an Qualität möglich sein.
- Im Gegenteil ist zu befürchten, dass mehr Besuche auch zu Kostensteigerungen führen, etwa im Bereich Aufsicht, Reinigung oder Garderobe. Möglicherweise sind Investitionen in Umbau- oder Umgestaltungsmaßnahmen notwendig, um größeren Besuchermengen gerecht zu werden. Auch die Kommunikation des freien Eintritts erfordert Ressourcen.
- Auch besteht weitgehend Konsens darüber, dass Vermittlungsarbeit im Museum mehr ist, als die Sammlung zugänglich zu machen. Insbesondere Erstbesucher sollten nicht ‚allein‘ gelassen werden, sondern mithilfe von Vermittlungsangeboten an das Museum herangeführt, zum Wiederbesuch motiviert und bestenfalls langfristig gebunden werden. Vermittlungsarbeit ist jedoch besonders personal- und damit kostenintensiv.
- Bei einer Kompensation durch öffentliche Mittel sollte berücksichtigt werden, dass Kulturförderung bereits heute eine Form ‚regressiver Umverteilung‘ ist, d.h. vereinfacht: das Steuergeld aller kommt einem kleinen Teil der Bevölkerung zugute, der überdies in der Regel überdurchschnittlich einkommensstark ist. Bei der Erhebung von Eintrittspreisen leistet dieser Teil der Bevölkerung immerhin einen kleinen Eigenbeitrag. Sofern sich die Publikumsstruktur nicht wirklich zugunsten anderer Publikumskreise verändert, verschärft sich die Umverteilung durch die Finanzierung des freien Eintritts aus öffentlichen Mitteln.¹⁰⁴

¹⁰¹ vgl. Dilenschneider 2018a, o.S.

¹⁰² vgl. RFH Köln 2017.

¹⁰³ Dies gilt allerdings nur, sofern Kassenplätze ausschließlich für die Leistung genutzt werden, für die der Eintritt entfällt.

¹⁰⁴ vgl. van der Beek 2002.

- Freier Eintritt kann im gleichen Zuge ein gutes Argument für eine Partnerschaft mit privaten Förderern sein, denn er eignet sich als Fördergegenstand für mäzenatische Unterstützung ebenso wie für Sponsoring. Mehrere Eintritt-frei-Aktionen in deutschen Museen werden von privaten Institutionen finanziert.
- Sowohl bei öffentlicher als auch bei privater Finanzierung ist zu hinterfragen, wie sehr die fördernde Institution bereit ist, die Maßnahme langfristig zu finanzieren und was passiert, wenn die Förderung nicht mehr gewährt wird. In jedem Fall sollte eine langfristige Umsetzung der Maßnahme gesichert sein. Bei der Wiedereinführung von Eintrittspreisen sind überproportionale Rückgänge bei den Besuchszahlen zu befürchten, möglicherweise sogar unterhalb des Niveaus vor der Einführung des freien Eintritts. Das ‚Wegnehmen‘ eines liebgewonnenen Vorteils dürfte das Publikum stärker negativ beeinflussen als es die Einführung der Maßnahme positiv beeinflusst.
- Die Eintrittsgelder, wenngleich sie einen geringen Anteil an der Finanzierung ausmachen, sind ein Potenzial für das Museum, seine Einnahmen aus eigener Kraft zu steigern. Museen können im Bedarfsfall ihre Eintrittspreise durch verschiedene Maßnahmen im Rahmen der Preisdifferenzierung erlössteigernd gestalten (höhere absolute Preise, Änderungen in der Ermäßigungsstruktur, strengere Regeln für Freikarten u.ä.). Ein nominell gleichbleibender finanzieller Ausgleich des freien Eintritts würde für das Museum langfristig reale Einbußen bedeuten. Das heißt, dass eine Dynamisierung der Kompensation vorgesehen werden sollte.
- Die Hoffnung, fehlende Eintrittsgelder durch Mehreinnahmen im Shop oder in der Museumsgastronomie zu kompensieren, konnte bisher durch keine Eintritt-frei-Aktion bestätigt werden.¹⁰⁵ Im Gegenteil: Verändert sich die Besucherstruktur dahingehend, dass eine insgesamt geringere Zahlungsbereitschaft an Tagen mit freiem Eintritt vorliegt, fallen die Umsätze in Shop und Gastronomie möglicherweise sogar niedriger aus als an Tagen mit regulärem Eintritt.¹⁰⁶
- Die Notwendigkeit, wie in Großbritannien (siehe Abschnitt 2.3.2), die fehlenden Eintrittsgelder zu großen Teilen durch Aktivitäten zu generieren, die nicht den Kernauftrag eines Museums betreffen, kann zudem eine inhaltliche und organisatorische Ablenkung darstellen.¹⁰⁷
- In diesem Zusammenhang sollte nicht unberücksichtigt bleiben, dass ein Museum bzw. dessen Leitung trotz der geringeren Gestaltungsmöglichkeiten ein Interesse daran haben dürfte, dass das Budget nicht von Eintrittseinnahmen abhängig ist und der Etat stattdessen möglichst vollständig von der öffentlichen Hand bereitgestellt wird.¹⁰⁸
- Freier Eintritt ist in Freundes- und Förderkreisen ein wichtiger Vorteil der Mitgliedschaft. Auch wenn non-monetäre Vorteile von Mitgliedschaften (emotionale Bindung, Zugehörigkeit, altruistische Motive) finanzielle Vorteile wie freien Eintritt überwiegen, entfällt ein wichtiger Vorteil der Mitgliedschaft. Über

¹⁰⁵ vgl. Göres 2010, o.S.; Hoffmann 2016, S. 23f.

¹⁰⁶ vgl. Steiner 1997.

¹⁰⁷ vgl. Roth 2013, o.S.

¹⁰⁸ Auf das Principal-Agent-Problem zwischen Träger und Museum haben u.a. Prieto-Rodriguez und Fernandez-Blanco (2006) hingewiesen.

die Auswirkung von freiem Eintritt auf die Förder- und Freundeskreise existieren bisher ebenso wenige empirische Befunde wie über das Zusammenwirken von Einzelpreisen und Jahreskarten. Sogenannten Membership-Modellen wird großes Potenzial sowohl für die zeitgemäße Besucherbindung als auch für die Verbesserung der Finanzen beschieden.¹⁰⁹

Als Zwischenfazit kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass weder die wissenschaftliche Literatur noch die Berichte über Praxisbeispiele der letzten Jahre eine eindeutige Antwort darauf geben können, ob die Einführung von freiem Eintritt erfolgreich sein wird. Was ‚erfolgreich‘ bedeutet, ist überdies von den Zielen der Maßnahme abhängig. Herausragenden Beispielen wie dem Museum Folkwang Essen stehen Beispiele gegenüber, in denen die Maßnahme keine Wirkung erzeugt hat. Zudem wirkt der freie Eintritt sehr unterschiedlich auf die unterschiedlichen Zielgruppen. Entsprechend ist es von zentraler Bedeutung, die Ziele der Maßnahme möglichst konkret, d.h. auch quantitativ operationalisiert, festzulegen.

¹⁰⁹ vgl. Rushton 2016; Knubben 2018.

2.3 Zwei Fallbetrachtungen

Im Folgenden werden zwei Fälle betrachtet, bei denen freier Eintritt in die Dauerausstellungen eingeführt wurde und für die Evaluationsergebnisse öffentlich gemacht wurden.

Das ist zum einen das Museum Folkwang in Essen und zum anderen die häufig als Referenz genannten Nationalmuseen in Großbritannien.

2.3.1 Das Museum Folkwang Essen

Das Museum Folkwang verzichtet seit Juni 2015 auf Eintrittspreise beim Besuch der Dauerausstellung.¹¹⁰ Der Verzicht wird mithilfe der Alfred Krupp von Bohlen und Halbach Stiftung möglich, welche das „mutige Modellprojekt“ über fünf Jahre mit insgesamt 1 Mio. Euro fördert.¹¹¹

Deutliche Steigerung der Besuchszahlen

Begleitet von einer außergewöhnlich umfangreichen medialen Berichterstattung zeigte die Maßnahme sofort quantitative Wirkung. Im Jahr 2015 konnten die Besuchszahlen von 37 auf 72 Tsd. Besuche fast verdoppelt werden. Im Jahr 2016 folgte eine weitere Steigerung auf 93 Tsd. Besuche, die sich im Jahr 2017 mit 92 Tsd. Besuchen stabilisierten, bevor 2018 noch einmal eine Steigerung auf 106 Tsd. Besuche erfolgte.¹¹² Das Museum hat seine Besuchszahlen seit der Einführung des freien Eintritts folglich in etwa verdreifacht und wird vor allem deshalb in den Medien häufig als Beispiel genannt, dass freier Eintritt zu einer Öffnung von Museen führen kann.¹¹³ Eine Verdreifachung der Besuchszahlen ist zweifelsohne bemerkenswert, zumal das Museum nicht von einer günstigen innerstädtischen Lage profitiert. Der damalige Direktor Tobia Bezzola hatte den Erfolg aber ausdrücklich auch der inhaltlichen Öffnung des Museums zugeschrieben.¹¹⁴ In diesem Fall – und in allen anderen Fällen, bei denen die quantitative Wirkung des freien Eintritts betrachtet wird – sollte die Ausgangslage bei aller Anerkennung für die erreichte Steigerung der Besuchszahlen nicht unberücksichtigt bleiben. Bei 37 Tsd. Besuchen im Jahr 2014 schien – für ein Museum mit über 6.000 qm Ausstellungsfläche, einem architektonisch viel beachteten Neubau (seit 2010) und einer bedeutenden Sammlung – Potenzial für Steigerungen gegeben zu sein.

¹¹⁰ Ab 2014 berechnete die Eintrittskarte für die Sonderausstellung auch zum Besuch der Dauerausstellung, ab 19. Juni 2015 galt freier Eintritt in die Dauerausstellung, vgl. Amt für Statistik, Stadtforschung und Wahlen der Stadt Essen 2018, o.S.

¹¹¹ vgl. Allroggen 2016, o.S.

¹¹² vgl. Amt für Statistik, Stadtforschung und Wahlen der Stadt Essen 2018, o.S.

¹¹³ vgl. WDR 2019, o.S.

¹¹⁴ Das Museum stellte beispielsweise Ausstellungsbereiche für die Partizipation Dritter zur Verfügung, etwa für Studierende der Folkwang Universität, vgl. Allroggen 2016, o.S.

Veränderung der Besucherstruktur nur teilweise erkennbar

Eine Besucherstudie zwei Jahre nach Einführung aus dem Frühjahr 2017 mit 700 Befragten bestätigt den strukturellen Erfolg der Maßnahme teilweise. Zunächst bestätigt sich die Wirkung der Maßnahme teilweise darin, dass bei jedem zweiten Besuch (49%) angegeben wurde, dass der freie Eintritt entscheidender Besuchs Anlass war.¹¹⁵

Ein großer Anteil des Besucherzuwachses wird den Stammbesuchern zugeschrieben. Die Besuchsfrequenz konnte auf durchschnittlich 2,4 Besuche pro Jahr gesteigert werden, was eines der Ziele der Maßnahme war. Der Anteil der Wiederholungs- und Stammbesucher an den Gesamtbesuchen lag 2017 bei 73%. Entsprechend der Studienergebnisse konnte zugleich der Anteil der Erstbesucher auf 27% gesteigert werden (Ausgangswert unbekannt).

Besonders junges Publikum fühlte sich nach Aussage der Studie vom freien Eintritt angesprochen – Besuche von 16- bis 34-Jährigen konnten um 87% gesteigert werden. Gerade die jüngeren Besucher fühlen sich dem Museum außerdem stärker verbunden als zuvor (insg. 44% der Besucher gaben dies an, 64% der 16- bis 34-Jährigen). Nach eigener Aussage konnte das Museum Folkwang seine Besucherstruktur also mithilfe des freien Eintritts deutlich verjüngen. Da der Ausgangswert nicht bekannt ist, erscheint dies angesichts der hohen Steigerung in dieser Altersgruppe nachvollziehbar. Mit Blick auf die Besucherstruktur muss die Gesamtwirkung allerdings zumindest relativiert werden: trotz des freien Eintritts sind weiterhin 69% aller Besucher älter als 50 Jahre.¹¹⁶

Für älteres Publikum war die Maßnahme freier Eintritt unter Berücksichtigung einer eher geringen Preissensibilität weniger bedeutend. Auch diejenigen, für die der freie Eintritt im Museum Folkwang ausschlaggebend für den Besuch war, gaben in der Befragung an, dass sie einen Eintrittspreis gezahlt hätten, wenn gleich unterhalb des aktuellen.¹¹⁷

Auch für lokales Publikum konnte die Maßnahme teilweise Wirkung entfalten. Auch hier ist der Ausgangswert nicht bekannt. Nach einer Steigerung um rund 30% macht das Essener Publikum rund 20% des gesamten Publikums und damit jeden fünften Besuch aus.¹¹⁸

Eine positive Wirkung des freien Eintritts in die Dauerausstellung auf die Besuche der Sonderausstellung konnten im Museum Folkwang nicht festgestellt werden. Zwar kamen sowohl Stamm- als auch Erstbesucher in die Dauerausstellung, „[...] die erhofften Effekte auf einen Besuch der nach wie vor kostenpflichtigen Sonderausstellungen blieben jedoch aus“.¹¹⁹

Während die Altersstruktur durch den freien Eintritt zugunsten jüngerer Besucher beeinflusst werden konnte, wirkte die Maßnahme nicht auf sogenannte ‚museumsferne‘ Schichten. Die sozioökonomische

¹¹⁵ vgl. Museum Folkwang 2017, o.S.

¹¹⁶ vgl. ebd.

¹¹⁷ vgl. Thiele 2017, o.S.

¹¹⁸ vgl. Museum Folkwang, o.S.

¹¹⁹ RFH Köln 2017. o.S.

Struktur – das „klassische bildungsbürgerliche Klientel des Museums“ – änderte sich durch den freien Eintritt im Museum Folkwang nicht.¹²⁰

Als Fazit kann die Pressemitteilung der durchführenden Hochschule zur Besucherstudie von 2017 zitiert werden. Demnach führte „[...] der freie Eintritt in Summe nicht zu einer echten Öffnung in Richtung eines sozialstrukturell breiteren Publikums [...]. Nach wie vor dominierte das eher ältere [...] Publikum. [...] Die Bedeutung des kostenfreien Eintritts bedeutete zwar den Wegfall einer Zugangsbarriere, andere wichtige Hemmnisse bleiben jedoch bestehen.“¹²¹

2.3.2 Die Nationalmuseen in Großbritannien

Freier Eintritt wurde und wird in vielen europäischen Ländern diskutiert. Besonders Länder mit hohem politischen Zentralisierungsgrad experimentierten mit dem Instrument, um die Museen von nationalem Rang – und nicht zuletzt von hoher touristischer Bedeutung – zugänglicher zu machen. Für sogenannte ‚Nationalmuseen‘ wurde etwa in Großbritannien, Frankreich, Schweden oder Dänemark freier Eintritt eingeführt.¹²² Allerdings konnte sich die Maßnahme in Europa nur in Großbritannien langfristig durchsetzen.

Die Museen in Großbritannien werden häufig als internationale Referenz für den Erfolg des freien Eintritts herangezogen.¹²³ In Großbritannien bieten seit 2001 alle sogenannten Nationalmuseen freien Eintritt in die Dauerausstellungen. Wenn von ‚den britischen Museen‘ die Rede ist, erscheint es, als würde der freie Eintritt flächendeckend gelten. Es handelt sich bei den Nationalmuseen allerdings nur um rund 30 Organisationen mit insgesamt 50 Häusern.¹²⁴ Die britische Museumslandschaft besteht aus rund 2.500 Institutionen.¹²⁵ Diese Museen pflegen sehr unterschiedliche Praktiken in Bezug auf die Eintrittspreise. Die sogenannten *Independent Museums*, nach Angaben des Dachverbands über 1.600 Häuser, erheben überwiegend Eintrittspreise.¹²⁶

Auch in Großbritannien gab es in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine immer wiederkehrende Debatte um freien Eintritt.¹²⁷ Während die sozialdemokratisch-liberale *Labour Party* als Fürsprecher des freien Eintritts auftritt, bevorzugt die *Conservative Party* das Erheben von Eintrittsgeldern. Erst die Regierung unter Tony Blair konnte freien Eintritt für alle Nationalmuseen 2001 durchsetzen. Allerdings waren auch unter den begünstigten Museen Kritiker der Maßnahme.

¹²⁰ vgl. ebd.

¹²¹ ebd.

¹²² vgl. Cellini und Cuccia 2017; Cortell 2011; Le Gall-Ely et al. 2008; Nickel 2008.

¹²³ vgl. u.a. Kuhn 2015; Roth 2013; Rauterberg 2008.

¹²⁴ bspw. die Tate-Gruppe mit Tate Britain, Tate Modern, Tate Liverpool und Tate St. Ives, vgl. DCMS 2019.

¹²⁵ vgl. Museum Association 2018.

¹²⁶ vgl. AIM 2016. o.S.

¹²⁷ nachgezeichnet u.a. bei Anderson 1998; Bailey et al. 1997; O’Hagan 1995.

Der freie Eintritt wurde auf der Grundlage des 1998 veröffentlichten Papiers 'A New Cultural Framework' vom Secretary of State des britischen Department of Culture, Media and Sport (DCMS) Chris Smith vorgeschlagen. Neben einigen Museen, die schon vorher freien Eintritt anboten (u.a. British Museum, National Gallery oder die Tate-Gruppe), wurden im Rahmen der Initiative durch staatliche Förderung weitere Museen in die Lage versetzt, auf Eintrittspreise in die Dauerausstellungen zu verzichten (hinzu kamen u.a. die Häuser des Victoria & Albert Museum, die National Museums Liverpool oder auch das National Football Museum in Manchester).

Geplant wurde eine dreistufige Einführung, zunächst für Kinder im Jahr 1999, dann für Rentner im Jahr 2000 und schließlich der universelle freie Eintritt (in die Dauerausstellungen) im Jahr 2001. Die Kosten über drei Jahre wurden mit rund 100 Millionen Pfund beziffert.¹²⁸

Das Papier legte neben dem freien Eintritt den Grundstein für die Gründung einer Direktorenkonferenz mit der Funktion eines zentralen Verbands, den National Museums Directors' Council NMDC.

Im Folgenden werden die Hintergründe des freien Eintritts in den britischen Nationalmuseen etwas genauer betrachtet.

Mehr Besuche

- Heute wird kaum noch darüber berichtet, dass die Einführung des freien Eintritts zunächst nur teilweise besuchssteigernd zu wirken schien. In einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung rund sechs Monate nach der Einführung des freien Eintritts im Jahr 2001 gaben nur 15% der Befragten an, dass der freie Eintritt bei ihnen zu mehr Besuchen geführt hatte. Dieser Bevölkerungsteil bestand zudem überwiegend aus dem bisherigen Museumspublikum.¹²⁹ Zwar verzeichneten einige Institution schnelle und deutliche Anstiege bei den Besuchszahlen. Es dauerte allerdings es bis zum Museumsjahr 2006/2007, bis substantielle und stabile Zuwächse in den Besuchszahlen beobachtet werden konnten.¹³⁰
- Die Besuchszahlen stiegen in der Folge bis zum bisherigen Höchststand im Jahr 2014/2015 auf knapp 51 Mio. Besuche an. Ausgehend von 33 Mio. Besuchen in 2001 entspricht dies einer Steigerung von 50%. Zum Vergleich: Die Besuchszahlen der deutschen Museen sind in einem vergleichbaren Zeitraum von rund 90 Mio. auf über 110 Mio. gestiegen, ein Wachstum von gut 20%.¹³¹
- Seit 2014/15 ist eine leichte Trendwende zu erkennen. Seither kam es bei den britischen Nationalmuseen in drei aufeinanderfolgenden Jahren zu Besucherrückgängen auf 47 Mio. Besuche im Jahr 2017/2018.

¹²⁸ vgl. Anderson 1998, S. 187.

¹²⁹ vgl. Martin 2003, S. 6.

¹³⁰ In Großbritannien werden die Besuchszahlen eines Museumsjahrs von April bis März gezählt. Bis zum Besuchsjahr 2005/2006 schwankten die Besuche noch und lagen 2005/2006 nur unwesentlich über den 33 Mio. Besuchen von 2001. Erst im Jahr 2006/2007 erfolgte ein Sprung auf fast 40 Mio. Besuche.

¹³¹ Dass steigende Eintrittspreise dem nicht im Weg standen, zeigten die Staatlichen Schlösser und Gärten in Baden-Württemberg: Zwischen 2009 und 2017 erhöhten sie nicht nur ihre Preise, sondern steigerten auch die Besuchszahlen um 25%, vgl. Landtag von Baden-Württemberg 2018.

- Besonders Museen, die den freien Eintritt 2001 neu einführten, verzeichneten überdurchschnittlich hohe Zuwächse bei den Besuchszahlen, für andere hatte der freie Eintritt allerdings weniger Einfluss. Beispielhafte Steigerungsraten zwischen 2004/05 und 2017/18: British Museum +22%, Imperial War Museums +20%, Natural History Museums +42%, Science Museum Group +40%, National Portrait Gallery +15%, Tate Group +30%, Victoria & Albert +78%.¹³² Diese unterschiedlichen Daten deuten darauf hin, dass auch Museen, die bereits vor 2001 freien Eintritt anboten, sichtbare Steigerungen bei den Besuchszahlen erreichen konnten. Zum anderen verweist die Unterschiedlichkeit der Zuwächse darauf, dass der freie Eintritt allein vermutlich nicht ausschlaggebend war.
- Ob die auch in Großbritannien erwünschte ‚soziale Öffnung‘ erreicht werden konnte, scheint nicht abschließend beantwortet werden zu können. Die Direktorenkonferenz NMDC verweist darauf, dass neben dem quantitativen Besucherzuwachs auch ein Mehr an Besuchen durch Kinder und Jugendliche, sowie Menschen aus ethnischen Minderheiten und sozioökonomisch benachteiligten Schichten festzustellen ist.¹³³ Eine Studie der sog. *Independent Museums* stellt demgegenüber fest, dass es keinen nachweisbaren Zusammenhang zwischen Publikumsdiversität und freiem Eintritt gibt.¹³⁴

Mehr als freier Eintritt

- Der ‚Framework‘ des DCMS enthielt mehr Maßnahmen als nur freien Eintritt, u.a. die Gründung der NMDC, zusätzliche Finanzmittel in einem sog. *Challenge Fund*, einen *Code of Practice on Access* und einen weiteren Fördertopf für Digitalisierungsmaßnahmen in den Museen.¹³⁵
- Ob der freie Eintritt, die Investitionen (z.B. in Digitalisierung), die deutlich umfangreichere Vermittlungsarbeit oder die im Vergleich zu Deutschland größere Offenheit für populäre Events ausschlaggebend für den Besucherzuwachs waren, ist weder nachweisbar, noch lassen sich die Effekte isoliert voneinander betrachten. Zur gleichen Zeit investierte vor allem London in den Kulturtourismus, welcher sowohl als Wachstumsfaktor diskutiert wird, als auch als Grund für Besucherrückgänge (bspw. infolge von Terroranschlägen).

Dauerausstellung / Sonderausstellung

Den Dauerausstellungen mit freiem Eintritt stehen kostenpflichtige Sonderausstellungen gegenüber, für die in aller Regel deutlich höhere Eintrittspreise erhoben werden als in Deutschland. Es findet also auch eine Querfinanzierung in den britischen Häusern statt, die hierzulande weniger stark ausgeprägt ist.

Beispielhaft genannt sei die Sonderausstellung der TATE Britain „AFTERMATH. ART IN THE WAKE OF WORLD WAR ONE“ (5. Juni bis 23. September 2018, u.a. mit Leihgaben aus dem Kunstmuseum Stuttgart und der Staatsgalerie), für die 18 Britische Pfund, also etwas über 20 Euro an Eintritt erhoben wurden.

¹³² vgl. DCMS 2019, o.S.

¹³³ vgl. NMDC 2014, o.S.

¹³⁴ vgl. AIM 2016, S. 11ff.

¹³⁵ vgl. Bowden 2009, S. 1.

London & Kulturtourismus

- Der Großteil der Besuche in den britischen Nationalmuseen konzentriert sich auf London. Sieben der zehn meistbesuchten Touristenattraktionen Großbritanniens sind Londoner Museen. Allein diese sieben Londoner Museen vereinen rund 30 Mio. Besuche auf sich und damit fast 2/3 aller Besuche in den britischen Nationalmuseen.¹³⁶
- Jeder zweite Besucher in den Nationalmuseen ist Tourist. Die Maßnahme kommt also zu großen Teilen der Hauptstadt und auswärtigen Besuchern zugute.¹³⁷ Die Museen der britischen Hauptstadt werden entsprechend an die Spitze der Kulturtourismusstrategien gestellt. London positioniert sich ausdrücklich als Stadt der Museen.¹³⁸ Das Wachstum der Besuchszahlen in den Museen korreliert mit dem Wachstum der Übernachtungszahlen in London.¹³⁹

Das Besucherwachstum der britischen Museen infolge der Einführung des freien Eintritts ist nicht zuletzt aufgrund seiner Größe weltweit einzigartig. Wie die Ausführungen gezeigt haben, spielen hierbei jedoch mehrere Faktoren zusammen und der quantitative Erfolg konzentriert sich stark auf die Hauptstadt London. Dies sollte berücksichtigt werden, wenn eine Übertragbarkeit auf andere Länder diskutiert wird.

¹³⁶ vgl. ALVA 2018, o.S.

¹³⁷ vgl. NMDC 2014, o.S.

¹³⁸ vgl. beispielhaft: Mayor of London 2014.

¹³⁹ vgl. London & Partners 2016, S. 4.

2.4 Quellen Kapitel 2

- ALVA Association of Leading Visitor Attractions (2018). 2017 Visitor Figures. <http://www.alva.org.uk/details.cfm?p=608>. Zugegriffen: 09. September 2018.
- AIM Association of Independent Museums (2016). Taking Charge – Evaluating the Evidence: The Impact of Charging or Not for Admissions on Museums. Final Report August 2016. <https://www.aim-museums.co.uk/wp-content/uploads/2017/04/Final-Report-Taking-Charge---Evaluating-the-Evidence-The-Impact-of-Charging-or-Not-for-Admissions-on-Museums.pdf>. Zugegriffen: 05. August 2018.
- Alexander, V. D. (1999). A Delicate Balance: Museums and the Marketplace. *Museum International* 51 (2), S. 29-34.
- Allroggen, A. (2016). Essener Museum Folkwang. Mehr Besucher durch freien Eintritt. Deutschlandfunk vom 05. Mai 2016. https://www.deutschlandfunk.de/essener-museum-folkwang-mehr-besucher-durch-freien-eintritt.1148.de.html?dram:article_id=353398. Zugegriffen: 04. Januar 2019.
- Amt für Statistik, Stadtforschung und Wahlen der Stadt Essen (2018). Ein Blick auf ... Kultur und Freizeit in Essen 2015 bis 2017. 14/2018. https://media.essen.de/media/wwwessende/aemter/12/ein_blick_auf/Kultur_und_Freizeit_in_Essen_14_2018.pdf. Zugegriffen: 04. Januar 2019.
- Amt für Statistik, Wahlen und demografische Stadtentwicklung Landeshauptstadt Magdeburg (2018). Statistisches Jahrbuch 2018. *Landeshauptstadt Magdeburg, Magdeburger Statistische Blätter* 103 und weitere Ausgaben. <https://www.magdeburg.de/Start/B%C3%BCrger-Stadt/index.php?La=1&NavID=37.367&object=tx,698.7960.1&kat=&sub=0>. Zugegriffen: 03. Februar 2019.
- Anderson, R.G.W. (1998). Is Charging Economic? *Journal of Cultural Economics* 22, S. 179-187.
- Ashworth, J. & Johnson, P. (1996). Sources of "Value for Money" for Museum Visitors: Some Survey Evidence. *Journal of Cultural Economics* 20, S. 67-83.
- Ausschuss für Kultur und Medien im Bundestag (2018). Freier Eintritt ist kein Allheilmittel. Kurzmeldung vom 7. November 2018 <https://www.bundestag.de/presse/hib/-/577562>. Zugegriffen: 26. Februar 2019.
- Bailey, S. J.; Falconer, P.; Foley, M.; McPherson, G. & Graham, M. (1997). Charging for Admission to Museums and Galleries: Arguments and Evidence. *Museum Management and Curatorship* 16 (4), S. 355-369.
- Bailey, S. J. & Falconer, P. (1998). Charging for Admission to Museums and Galleries: A Framework for Analysing the Impact on Access. *Journal of Cultural Economics* 22 (2), S. 167-177.
- Barbosa, B. & Quelhas Brito, P. (2012). Do open day events develop art museum audiences? *Museum Management and Curatorship* 27 (1), S. 17-33.
- Beek, G. van der (2002). Kulturfinanzen. Ein volkswirtschaftlicher Beitrag zur Reform der öffentlichen Museen und Theater in Deutschland. Berlin: Duncker & Humblot.
- Bowden, D. (2009). Museums – The Impact of Free Admissions. <http://ewriter.eu/articles/MuseumsWEBOct2009.ART.pdf>. Zugegriffen: 05. August 2018.
- Bowman, C. D. D.; Adkins, A.; Owen, B. L.; Rogers, K. J.; Escalante, E.; Bowman, J. D.; Nelson, B. C. & Stoltman, A. (2019). Differences in visitor characteristics and experiences on episodic free admission days. *Museum Management and Curatorship*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09647775.2019.1578992>. Zugegriffen: 09. März 2019.
- Braun, A. (2017). Ein Jahr lang kostenlos ins Alte Schloss. Stuttgarter Nachrichten vom 22. November 2017. <https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.wuerttembergisches-landesmuseum-in-stuttgart-ein-jahr-lang-kostenlos-ins-alte-schloss.a07571f0-14f1-4b76-b31a-ace2da644593.html>. Zugegriffen: 05. Februar 2019.
- Braun, A. (2018a). Museumsleute müssen sich öffnen. „Museum für alle“. Stuttgarter Zeitung vom 04. April 2018. <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.museumsleute-muessen-sich-oeffnen-museum-fuer-alle.40a695dd-8c86-481d-9f2e-df2d9c466cb5.html>. Zugegriffen: 08. März 2019.
- Braun, A. (2018b). Anfassen verboten! Neun Regeln für den Museumsbesuch. Stuttgarter Nachrichten vom 04. April 2018. <https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.museums-knigge-anfassen-verboten-9-verhaltensregeln-fuer-den-museumsbesuch.068bcd96-6ac2-4710-9ec1-0ecc13d2128d.html>. Zugegriffen: 23. Februar 2019.
- Braun, A. (2018c). Besucher lassen Manieren vermissen. Stuttgarter Nachrichten vom 04. April 2018. <https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.mehr-besucher-im-landesmuseum-wuerttemberg-in-stuttgart-der-freie-eintritt-lockt-neue-publikumsgruppen-an.c1880e31-30b7-4789-9e6b-715a1f4804dc.html>. Zugegriffen: 23. Februar 2019.

- Braun, A. (2018d). Freier Eintritt in die Staatsgalerie Stuttgart. Ausstellung zum 175. Geburtstag ist kostenlos. Stuttgarter Zeitung vom 23. April 2018. <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.freier-eintritt-in-die-staatsgalerie-stuttgart-ausstellung-zum-175-geburtstag-ist-kostenlos.735a1035-9c2c-468a-99cd-0be06f5cc77a.html>. Zugegriffen: 02. März 2019.
- Bremische Bürgerschaft (2017). Kostenfreier Zugang zu Museen in Bremen. Antwort des Senats auf die Große Anfrage der Fraktion DIE LINKE. Stadtbürgerschaft, 19. Wahlperiode, Drucksache 19/589 (zu Drs. 19/562 S), Mitteilung des Senats an die Stadtbürgerschaft vom 19. September 2017. https://www.bremische-buergerschaft.de/drs_abo/2017-09-19_Drs-19-589%20S_e0132.pdf. Zugegriffen: 03. März 2019.
- Cellini, R. & Cuccia, T. (2017). How free admittance affects charged visits to museums: An analysis of the Italian case. *MPRA Paper 78067*. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/78067/1/MPRA_paper_78067.pdf. Zugegriffen: 05. März 2019.
- Cortell, S. (2011). The Cost of Free Admission: A Comparative Study Examining the Feasibility of Eliminating Museum Admission Charges. https://etd.ohiolink.edu/!etd.send_file?accession=osu1307220379&disposition=inline. Zugegriffen: 13. Dezember 2019.
- Darnell, A. (1998). Some Simple Analytics of Access and Revenue Targets. *Journal of Cultural Economics*, 22, S. 189–196.
- DCMS Department for Culture, Media and Sport UK (2018). Taking Part Survey: England. Adult Report 2017/18. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/740242/180911_Taking_Part_Adult_Annual_Report_-_Revised.pdf. Zugegriffen: 05. Oktober 2018.
- DCMS Department for Digital, Culture, Media & Sport of the United Kingdom (2019). Statistical data set. Museums and galleries monthly visits. Published 1 March 2013, Last updated 7 February 2019. <https://www.gov.uk/government/statistical-data-sets/museums-and-galleries-monthly-visits>. Zugegriffen: 02. März 2019.
- Die Bundesregierung (2018). Ein neuer Aufbruch für Europa. Eine neue Dynamik für Deutschland. Ein neuer Zusammenhalt für unser Land. Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD. 19. Legislaturperiode. <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975226/847984/5b8bc23590d4cb2892b31c987ad672b7/2018-03-14-koalitionsvertrag-data.pdf?download=1>. Zugegriffen: 02. März 2019.
- Dilenschneider, C. (2015a). Free Admission Days Do Not Actually Attract Underserved Visitors to Cultural Organizations (DATA). <https://www.colleendilen.com/2015/11/04/free-admission-days-do-not-actually-attract-underserved-visitors-to-cultural-organizations-data/>. Zugegriffen: 01. März 2019.
- Dilenschneider, C. (2015b). How Free Admission Really Affects Museum Attendance (DATA). <https://www.colleendilen.com/2015/08/12/how-free-admission-really-affects-museum-attendance-data/>. Zugegriffen: 01. März 2019.
- Dilenschneider, C. (2018a). Do Discounts Attract New Visitors To Cultural Organizations? (DATA). <https://www.colleendilen.com/2018/05/30/discounts-attract-new-visitors-cultural-organizations-data/>. Zugegriffen: 01. März 2019.
- Dilenschneider, C. (2018b). Do Free Museums Attract Lower Income Visitors? (DATA). <https://www.colleendilen.com/2018/03/14/free-museums-attract-lower-income-visitors-data/>. Zugegriffen: 01. März 2019.
- dpa Deutsche Presseagentur (2017). Freier Eintritt im Potsdamer Museum Barberini. Meldung vom 21. Januar 2017, u.a. unter <https://www.morgenpost.de/berlin/article209348853/Freier-Eintritt-im-Potsdamer-Museum-Barberini.html>.
- dpa Deutsche Presseagentur (2018a). Eintritt frei in Sammlung städtischer Museen in Dortmund. Meldung vom 27. Dezember 2018, u.a. unter <https://www.monopol-magazin.de/eintritt-frei-sammlung-staedtischer-museen-dortmund>. Zugegriffen: 01. März 2019.
- dpa Deutsche Presseagentur (2018b). Italien schafft freien Sonntags-Eintritt für Museen ab. Meldung vom 01. August 2018, u.a. unter <https://www.waz.de/reise/italien-schafft-freien-sonntags-eintritt-fuer-museen-ab-id214983791.html>. Zugegriffen: 05. August 2018.
- dpa Deutsche Presseagentur (2019). Neues probieren. Debatte um freien Eintritt in Museen. Meldung vom 17. Februar 2019, u.a. unter <https://www.nordbayerischer-kurier.de/inhalt.neues-probieren-debatte-um-freien-eintritt-in-museen.0e1ee20a-2149-44d5-8cd5-f2f3b4602772.html>. Zugegriffen: 24. Februar 2019.
- Dumbs, M. & Ovey, J.-D. (2017). Erstellung einer Machbarkeitsstudie zum Thema „Freier Eintritt in Museen in Trägerschaft des Landes“. Präsentation im Landtag am 9. Februar 2017. <http://ovey.eu/wp-content/uploads/2017/02/20170209-Pr%C3%A4sentation-Landtag-Ovey.pdf>. Zugegriffen: 01. März 2019.

- Eilers, S. (2015). Eintritt frei? Die Bedeutung von Eintrittspreisregelungen für kommunale und vereinsgetragene Museen. *Museumskunde* 80.
- Europäische Kommission (2013). *Eurobarometer Special Surveys*. Cultural Access and Participation, Factsheet Germany. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_fact_de_en.pdf. Zugegriffen: 29. August 2018.
- Geyer, H. & Manschwetus, U. (Hrsg.) (2008). Kulturmarketing. München: Oldenbourg.
- Göpfert, C.-J. (2016). Eintrittsgeld in Museen. 15 Museen verzichten auf Eintrittsgeld. Frankfurter rundscha vom 14. November 2016. <http://www.fr.de/frankfurt/eintrittsgeld-in-museen-15-museen-verzichten-auf-eintrittsgeld-a-301349>. Zugegriffen: 02. März 2019.
- Göres, J. (2010). Freier Eintritt: Versuch gescheitert. Museen: Magdeburg führt wieder Gebühren ein / Wachsender finanzieller Druck auf Museen in OWL. *Neue Westfälische*. www.nw.de/kultur_und_freizeit/kultur/3636103_Freier-Eintritt-Versuch-gescheitert.html?em_cnt=3636103. Zugegriffen: 03. Dezember 2018.
- Grabowski, P. (2018). Milchmädchenrechnung an der Museumskasse. <https://derkulturpolitischereporter.wordpress.com/2018/09/21/milchmaedchenrechnung-an-der-museumskasse/>. Zugegriffen: 08. März 2019.
- Günter, B. (2015). Freier Eintritt ins Museum? Eine alte, immer neue Diskussion. *Museumskunde* 80.
- Hausmann, A. & Liegel, A. (Hrsg.) (2018). Handbuch Förder- und Freundeskreise in der Kultur. Bielefeld: transcript.
- Hausmann, A. (2006). Preispolitische Optionen zur Erlösoptimierung von Museumsbetrieben. *Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen* 29 (3), S.241-258.
- Hoffmann, A. (2016). Freier Eintritt für alle? Preismanagement in Museen. *Handbuch Kulturmanagement* 51, S. 1-42.
- Holden, J. (2006). Cultural Value and the Crisis of Legitimacy. Why culture needs a democratic mandate. <https://www.demos.co.uk/files/Culturalvaluweb.pdf>. Zugegriffen: 03. März 2019.
- Institut für Museumsforschung (2018). *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2017*, Heft 72.
- ifo Institut für Wirtschaftsforschung & Institut für Museumskunde (1996). Gutachten: Eintrittspreise von Museen und Ausgabeverhalten der Museumsbesucher. Ein Gemeinschaftsgutachten des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung und des Instituts für Museumskunde, *Materialien zur Museumskunde* 46.
- Jäger, H. (2019). Freier Eintritt ins Potsdam Museum bis Jahresende. Potsdamer Neueste Nachrichten vom 15. Februar 2019. <https://www.pnn.de/kultur/testphase-verlaengert-freier-eintritt-ins-potsdam-museum-bis-jahresende/23991372.html>. Zugegriffen: 02. März 2019.
- Kolb, B. M. (1997). Pricing as Key to Attracting Students to the Performing Arts. *Journal of Cultural Economics* 21, S. 139-146.
- Knubben, T. (2018). Fördervereine und Memberships – zwei Kulturen, zwei Strategien. In: Hausmann, A. & Liegel, A. (Hrsg.), Handbuch Förder- und Freundeskreise in der Kultur, S. 45-60.
- Kuhn, N. (2015). Ein Geschenk an die Gemeinschaft. Der Tagesspiegel vom 23. Juni 2015. <https://www.tagesspiegel.de/kultur/freier-eintritt-in-museen-ein-geschenk-an-die-gemeinschaft/11953090.html>. Zugegriffen: 03. August 2018.
- LWL Landschaftsverband Westfalen-Lippe (2018): Eintritt für Kinder und Jugendliche in LWL-Museen ab April frei. Pressemitteilung vom 05. Oktober 18. https://www.lwl.org/pressemitteilungen/nr_mitteilung.php?urlID=46214. Zugegriffen: 03. Februar 2019.
- Landtag von Baden-Württemberg (2018). Große Anfrage der Fraktion GRÜNE und Antwort der Landesregierung. Bedeutung, Nutzung und Bewirtschaftung der baden-württembergischen Kulturliegenschaften: „Historische Schätze bewahren, für die Gegenwart öffnen und nachhaltig für die Zukunft weiterentwickeln“. Drucksache 16/3244 vom 02. Februar 2018. https://www.landtag-bw.de/files/live/sites/LTBW/files/dokumente/WP16/Drucksachen/3000/16_3244_D.pdf. Zugegriffen: 27. Juli 2018.
- Le Gall-Ely, M., Urbain, C., Bourgeon-Renault, D., Gombault, A. & Petr, C. (2008). Free Admission to Museums and Monuments: An Exploration of some Perceptions of the Audiences. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector* 13 (1), S. 57-72.
- London & Partners (2016). Tourism Report 2015-16. https://files.londonandpartners.com/l-and-p/assets/tourism_report_2015_16.pdf. Zugegriffen: 19. Februar 2019.
- Loon, R. van & Rouwendal, J. (2017). Travel purpose and expenditure patterns in city tourism: evidence from the Amsterdam Metropolitan Area. *Journal of Cultural Economics* 41, S. 109-127.

- LVR Landschaftsverband Rheinland (2017). Machbarkeitsstudie zur Einführung freier Eintritte in die LVR-Museen. Vorlage-Nr. 14/2218 vom 19. September 2017 zum Kulturausschuss am 27. September 2017. [https://dom.lvr.de/lvis/lvr_recherchewww.nsf/0/26016D29BDBEEB59C12581B000301034/\\$file/Vorlage14_2218.pdf](https://dom.lvr.de/lvis/lvr_recherchewww.nsf/0/26016D29BDBEEB59C12581B000301034/$file/Vorlage14_2218.pdf). Zugegriffen: 04. März 2019.
- Martin, A. (2003). The Impact of Free Entry to Museums. <http://www.culturehive.co.uk/wp-content/uploads/2013/04/Impact-of-free-entry-to-museums-MORI.pdf>. Zugegriffen: 03. August 2018.
- Mayor of London (2015). Take a Closer Look. A Cultural Tourism Vision for London 2015 – 2017. https://www.london.gov.uk/sites/default/files/take_a_closer_look_-_a_cultural_tourism_vision_for_london_2015_-_2017.pdf. Zugegriffen: 01. Dezember 2018.
- Museums Association (2018). FAQs. <https://www.museumsassociation.org/about/frequently-asked-questions>. Zugegriffen: 30. Januar 2019.
- Museum Folkwang (2017). Neue Zielgruppen und Verdopplung der Besuchszahlen im Museum Folkwang: Besucheranalyse 2017 bestätigt Erfolg des freien Eintritts. Pressemitteilung vom 23. Oktober 2017. https://www.museum-folkwang.de/fileadmin/_BE_Gruppe_Folkwang/Dokumente/2017_Pressemitteilungen/Presseinformation_Museum_Folkwang_Besucherbefragung_2017__freier_Eintritt_2017_10_23.pdf. Zugegriffen: 14. Dezember 2018.
- Nickel, S. (2008). ABM, Access und freier Eintritt. Ein Blick auf schwedische Museumsprojekte. *Museumskunde* 73 (1), S. 101-109.
- Nicolau, J. (2010). Culture-sensitive Tourists are More Price Insensitive. *Journal of Cultural Economics* 34 (3), S. 181–195.
- NMDC National Museums Directors' Council (2014). 10th anniversary of free admission to national museums. https://www.nationalmuseums.org.uk/what-we-do/encouraging_investment/free-admission/. Zugegriffen: 03. August 2018.
- O'Hagan, J. (1995). National Museums: To Charge or Not to Charge. *Journal of Cultural Economics* 19 (1), S. 33-47.
- O'Hare, M. (1975). Why do people go to museums? The effect of prices and hours on museum utilization. *Museum International* 27 (3), S. 134-146.
- Oelschläger, V. (2018). Stadtmuseum mit sehr viel mehr Besuchern. Märkische Allgemeine vom 06. September 2018. <http://www.maz-online.de/Lokales/Potsdam/Potsdam-Museum-mit-sehr-viel-mehr-Besuchern>. Zugegriffen: 02. März 2019.
- Prieto-Rodriguez, J. & Fernandez-Blanco, V. (2006). Optimal pricing and grant policies for museums. *Journal of Cultural Economics* 30, S. 169-181.
- Rauterberg, H. (2008). Schafft die Eintrittsgelder ab! Viele Museen in London und Paris sind wieder frei zugänglich. Worauf warten die deutschen Städte noch? Die Zeit vom 31. Januar 2008. <http://www.zeit.de/2008/06/Museumseintritt>. Zugegriffen: 03. August 2018.
- Rentschler, R., Hede, A.-M. & White, T. R. (2007). Museum pricing: challenges to theory development and practice. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 12, S. 163-173.
- RFH Köln (2017). RFH-Besucheranalyse 2017 bestätigt Erfolg des freien Eintritts. Mitteilung vom 06. November 2017. https://www.rfh-koeln.de/aktuelles/meldungen/2017/rfh-besucheranalyse_2017_bestaetigt_erfolg_des_freien_eintritts/index_ger.html. Zugegriffen: 10. Oktober 2018.
- Roth, M. (2013). Freier Eintritt! Kostenlos ins Museum nach britischem Vorbild: ein Modell für Deutschland? <http://www.kulturstiftung.de/freier-eintritt/>. Zugegriffen: 03. August 2018.
- Rushton, M. (2016). Should public and nonprofit museums have free admission? A defence of the membership model. *Museum Management and Curatorship* 32 (3), S. 200-209.
- Saehrendt, C. (2016). Lange Nacht der Museen. Ein sinnentleerter Selbstläufer? <https://www.kulturmanagement.net/Themen/Lange-Nacht-der-Museen-Ein-sinnentleerter-Selbstlaeufer,2060>. Zugegriffen: 02. März 2019.
- Sammlung Goetz (2018). Website des Sammlermuseums https://www.sammlung-goetz.de/de/Besuch.htm#panel_allgemeine_informationen.
- Scott, C.; Dodd, J. & Sandell, R. (2014). Cultural Value. User value of museums and galleries: a critical view of the literature. <https://ira.le.ac.uk/bitstream/2381/37043/2/cultural-value-of-museums.pdf>. Zugegriffen: 03. März 2019.
- Stadt Köln (2019). Kostenlose Events für Kölner. Am Donnerstag freier Eintritt in den städtischen Museen. Meldung vom 01. August 2018, aktualisiert am 06. Februar 2019. https://www.koeln.de/koeln/kultur/museen/koelntag-am-donnerstag-ist-eintritt-frei-in-die-staedtischen-museen_756932.html. Zugegriffen: 02. März 2019.

- Stadt Dortmund (2019). Freier Eintritt in die Dauerausstellungen: Dortmunder Museen werden Orte der Begegnung. https://www.dortmund.de/de/freizeit_und_kultur/museen/nachrichten_museen/nachricht.jsp?nid=545633. Zugegriffen: 02. März 2019.
- Stadt Düsseldorf (2018). Freier Eintritt in städtischen Museen an Sonntagen. Meldung vom 20. Dezember 2018. <https://www.duesseldorf.de/suche/suche/news-detail/newsdetail/freier-eintritt-in-staedtischen-museen-an-sonntagen-1.html>. Zugegriffen: 02. März 2019.
- Stanehl, P. (2017). Mythos freier Eintritt – Perspektiven der Eintrittspreispolitik für Museen. Unveröffentlichte Master-Thesis, Hochschule Bremen.
- Steiner, F. (1997). Optimal Pricing of Museum Admission. *Journal of Cultural Economics* 21 (4), S. 307-333.
- Stiftung für Zukunftsfragen (2015). Neue Konsumstudie der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen. *Forschung aktuell* 262 (36. Jg.).
- Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (2018). Website der Stiftung. <https://www.hdg.de>. Zugegriffen: 15. Januar 2019.
- Thiele, C. (2017). Kostenlos Gauguin besuchen? Das Folkwang Essen und andere Museen proben freien Eintritt. Beitrag vom 12. November 2017, aktualisiert am 21.11.2017. https://www.riffreporter.de/debattemuseum/kostenlos_gauguin_besuchen/. Zugegriffen: 24. November 2018.
- Vermeulen, P. (2008). Preisstrategien in Kulturbetrieben. In: H. Geyer & U. Manschwetus (Hrsg.), *Kulturmarketing*. München: Oldenbourg, S. 191-203.
- Völz, R. (2017). Folkwangmuseum: Freier Eintritt – junges Publikum. <https://www1.wdr.de/nachrichten/folkwangmuseum-essen-freier-eintritt-100.html>. Zugegriffen: 03. August 2018.
- WDR (2019). Eintritt frei: Museum Folkwang vervielfacht Besucherzahl. WDR-Nachrichten vom 17. Februar 2019. <https://www1.wdr.de/nachrichten/ruhrgebiet/museum-folkwang-essen-besucherzahlen-100.html>. Zugegriffen: 24. Februar 2019.
- Wieselmann, B. (2019). Landesmuseum Württemberg. Landesmuseum: Freier Eintritt lockt Besucher. Südwestpresse vom 09. Februar 2019. https://www.swp.de/panorama/landesmuseum_freier-eintritt-lockt-besucher-29457758.html. Zugegriffen: 02. März 2019.

TEIL B

PERSPEKTIVE 2: MUSEEN

In Teil B der Untersuchung wird der freie Eintritt aus Sicht der Museen betrachtet. Dazu wurden in Kapitel 3 die Besuchsstatistiken der ausgewählten fünf baden-württembergischen Museen vom 01.01.2015 bis 30.06.2018 analysiert (LMW, SGS, ZKM, SMNK, TECHNOSEUM).

Zudem wurden in Experteninterviews Argumente für und gegen den freien Eintritt direkt von den Verantwortlichen der Häuser gesammelt (Kapitel 4).

3 Statistische Analyse von Besuchszahlen und Eintrittspreisen an baden-württembergischen Landesmuseen und dem ZKM Karlsruhe

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis Kapitel 3

Tab. B3 1: Besuche in den fünf untersuchten Museen zwischen 01.01.2015 und 30.06.2018.....	69
Tab. B3 2: Ticketstruktur der fünf untersuchten Museen nach regulären, ermäßigten und freien Tickets im Jahr 2017.....	70
Tab. B3 3: Besuchszahlen der Museen nach Dauer- und Sonderausstellung (in Tsd.).....	72
Tab. B3 4: LMW: Altes Schloss, Stuttgart: Besuchszahlen nach Monaten in Dauerausstellung (DA) und Sonderausstellung (SA) sowie Gesamt (GES).....	73
Tab. B3 5: LMW: Altes Schloss, Stuttgart: Besuchszahlen - Vergleich Dauerausstellung 2017 ggü. 2018.....	74
Tab. B3 6: SGS Anteilige Besuche nach Wochentag und Dauer-/Sonderausstellung 2015-2018	75
Tab. B3 7: SGS Monatliche Besuchswerte nach Dauer- und Sonderausstellung 2015-2018 (1. HJ).....	77
Tab. B3 8: SGS Detailbetrachtung Monate Mai/Juni 2015-2018.....	77

3.1 Allgemeine Daten zu den fünf untersuchten Museen

3.1.1 Datenlage & Auswertung

Im Folgenden werden die bestehenden Eintritt-frei-Angebote der fünf Museen quantitativ untersucht. Grundlage der Untersuchung sind **Besucherdaten der untersuchten Museen für den Zeitraum 01. Januar 2015 bis 30. Juni 2018.**¹⁴⁰ Sie wurden gebeten, detaillierte Verkaufsdaten zur Verfügung zu stellen, um anhand der Kennzeichen der verkauften Tickets (insb. Besuchszeitpunkt, Preis und besuchte Ausstellung) möglichst konkrete Erkenntnisse zum Besuchsverhalten im Sinne des Kartenkaufs zu extrahieren. Es wurden „unbearbeitete Rohdaten“ in einheitlich zu verarbeitender Form (Microsoft Excel o.ä.) angefragt, so dass sie entsprechend der Analysezwecke zusammengefasst werden könnten. Daten in der angefragten Form konnten die SGS und das LMW für den Standort Altes Schloss liefern. Für sie konnten detailreiche Erkenntnisse gewonnen werden. TECHNOSEUM, SMNK und ZKM stellten z.T. bereits aggregierte Daten zur Verfügung, so dass für einige relevante Fragestellungen keine oder nur eingeschränkt gültige Erkenntnisse für diese Häuser gewonnen werden konnten.

Ferner sind einige **Prämissen** zu berücksichtigen:

- Die Statistikanalyse kann grundsätzlich **nur quantitativ-deskriptive Aussagen** machen, d.h. die Gründe für bestimmte statistische Zusammenhänge können anhand des Datenmaterials allenfalls vermutet werden und sind ggf. qualitativ zu prüfen.
- Die **Güte der zur Verfügung gestellten Daten** konnte nicht überprüft werden.
- Bei den Auswertungen sind stets die **Besonderheiten der Museen und deren Sondereffekte** zu berücksichtigen, was einen direkten Vergleich der fünf Institutionen erschwert.
- Besucherdaten sollten **stets im Gesamtzusammenhang betrachtet** werden, bspw. werden die Zutritte von Mitgliedern der Freundes- und Förderkreise statistisch in aller Regel als freier Eintritt gewertet. Dennoch entstehen Einnahmen durch Mitgliedsbeiträge, welche in dieser Betrachtung nicht sichtbar werden. Um finanzielle Effekte zu erörtern, sollten ergänzend auch die Einnahmen genauer beleuchtet werden.
- Die Daten enthalten diverse **Sondereffekte**, u.a. durch museumspädagogische Formate, Sonderveranstaltungen, kostenlose Eröffnungen, Previews, Tage der offenen Tür usw., die je nach Fragestellung unterschiedlich behandelt werden mussten. Bei den Auswertungen ist deshalb stets zu berücksichtigen, welche Daten eingeflossen sind.

¹⁴⁰ Ausnahmen bilden das LMW, welches vor dem besonderen Hintergrund des ganzjährig freien Eintritts ins Alte Schloss Daten bis zum 31.12.2018 bereitstellte sowie das TECHNOSEUM, welche zum Zeitpunkt der Abfrage nur Daten bis 31.03.2018 bereitstellen konnte.

3.1.2 Die fünf Museen im Vergleich

Absolute Besuche

Tabelle B3 1 zeigt die **absoluten Besuchszahlen** der untersuchten Museen anhand der zur Verfügung gestellten Daten, d.h. teilweise inklusive aller Eröffnungen, Sonderveranstaltungen, Pressekarten usw. Für 2018 wurde wie beschrieben nur das erste Halbjahr ausgewertet.

Die Auswertung gibt einen ersten Einblick – im Zusammenspiel mit der unten ausgeführten getrennten Betrachtung nach Sonder- und Dauerausstellungen – wie viele Besuche eine Einführung des freien Eintritts in den untersuchten Häusern betreffen würde.

Tab. B3 1: Besuche in den fünf untersuchten Museen zwischen 01.01.2015 und 30.06.2018¹⁴¹

Museum	2015	2016	2017	2018 (1. HJ)
LMW	262.348	263.116	316.187	182.931
SGS	378.255	353.117	238.253	107.022
ZKM	195.510	212.539	221.865	123.965
SMNK	115.282	223.739	208.636	93.983
TECHNOSEUM	205.292	172.728	186.358	k.A.

Ticketstruktur

Unter „Ticketstruktur“ sei hier die Summe der Charakteristika der abgesetzten Tickets verstanden (bezogen auf alle Ausstellungsarten). Auf einer obersten Analyseebene sind dies die **drei Kategorien reguläre, ermäßigte und freie Tickets**. Während die drei Museen LMW (Altes Schloss)¹⁴², SMNK und TECHNOSEUM weitgehend vergleichbare Ticketstrukturen aufweisen, stellt die SGS eine Ausnahme dar. Das ZKM lieferte dazu keine Daten. Die drei erstgenannten Museen haben eine ähnliche Ermäßigungsstruktur (siehe Anhang Tab. Anh3 1).

¹⁴¹ Im Fall des **LMW** enthält die Tabelle alle Eintritte des Landesmuseum Württemberg, d.h. Altes Schloss, Junges Schloss, Haus der Musik im Fruchtkasten, Lapidarium, ebenso die Außenstelle Museum der Alltagskultur im Schloss Waldenbuch und die Zweigmuseen (Dominikanermuseum Rottweil; Museum für Kutschen, Chaisen und Karren auf Schloss Hellenstein; Modemuseum und Keramikmuseum im Schloss Ludwigsburg; Deutsche Spielkartenmuseum in Leinfelden-Echterdingen).

Im Fall der **SGS** ist die Buchungspraxis zu berücksichtigen, nach der Dauer- und Sonderausstellung separat ticketiert werden, siehe folgende Seite.

Für das **ZKM** ist zu berücksichtigen, dass es im Jahr 2015 aufgrund von Sanierungsmaßnahmen und der Vorbereitungen auf den Stadtgeburtstag mehrere Monate geschlossen war (Lichthöfe 8+9: geschlossen vom 10.11.14 bis 20.6.2015, Lichthöfe 1+2: vom 6.4. bis 20.6.15).

Das **SMNK** war vom 3.8. bis 26.10.2015 geschlossen.

Das **TECHNOSEUM** stellte nur Daten für das erste Quartal 2018 zur Verfügung und ist für dieses Jahr daher nicht aufgeführt. Da hier auch kein spezielles freies Eintrittsangebot statistisch analysiert werden konnte, ist die Darstellung zur Beantwortung der Untersuchungsfrage dennoch aussagekräftig.

¹⁴² „LMW-AS“ bezieht sich auf Ticketstrukturen im Alten Schloss, ohne Zweigstellen und ohne „Junges Schloss“. Das „Junge Schloss“ ist ein besonderes Format mit eigener Zielgruppe und eigener Preisstruktur. Es soll im Rahmen dieser Betrachtung daher hier nicht weiter analysiert werden.

Demgegenüber gewährt die SGS mehr freien Eintritt. Dies betrifft zum einen alle Besucher bis 20 Jahre sowie alle in Ausbildung befindlichen Menschen, zum anderen den freien Eintritt in die Sammlung an jedem Mittwoch. Dies ist ein deutlich ‚großzügigerer‘ Umgang mit dem freien Eintritt, wodurch ein umgekehrtes Verhältnis von ermäßigtem zu freiem Eintritt in der SGS entsteht als in den anderen Museen: Für fast jeden zweiten Besuch wird freier Eintritt gewährt.¹⁴³ Wie unten noch ausgeführt wird, ist der Anteil der Freikarten in der SGS über die Jahre im Betrachtungszeitraum gewachsen, auch wenn die Jubiläumsausstellung im Jahr 2018 ein Faktor ist, der zu einem besonderen Zuwachs des freien Eintritts geführt hat. Der freie Eintritt für den sehr mitgliederstarken Freundeskreis der SGS nimmt einen gewissen Anteil ein, ist jedoch nicht der wichtigste Treiber für den hohen Freikartenanteil.

Anhand der Besuchszahlen des zum Untersuchungszeitpunkt für alle fünf Institutionen vollständig vorliegenden Jahres 2017 (ohne besondere freie Eintrittsangebote) ist festzustellen, dass LMW (Altes Schloss), SMNK und TECHNOSEUM einen recht ähnlich großen Teil ihrer Tickets (ca. 15%-25%) zum **regulären Preis** abgeben. Reguläre Eintritte sind damit die quantitativ kleinste Ticketkategorie. **Freier Eintritt** wird bei rund 15-30% aller Besuche gewährt. Das TECHNOSEUM pflegt mit einem Anteil von 15% freiem Eintritt den restriktivsten Umgang mit freiem Eintritt. Der Großteil der Karten (ca. 50-70%) entfällt in den drei Museen jedoch auf **ermäßigungsberechtigte Besuche**. Hierbei wiederum ist das TECHNOSEUM unter den Vergleichshäusern dasjenige mit dem größten Anteil (insb. durch Kinder und Familien).

Tab. B3 2: Ticketstruktur der fünf untersuchten Museen nach regulären, ermäßigten und freien Tickets im Jahr 2017 (bezogen auf alle Ausstellungsarten)

		LMW-AS	SGS	ZKM	SMNK	TECHN.
2017	Regulär	25%	20%	k.A.	19%	16%
	Ermäßigt	47%	35%	k.A.	53%	69%
	Frei	27%	45%	k.A.	28%	15%

Ermäßigungspraxis

Die **regulären Eintrittspreise** für die Dauerausstellungen liegen zwischen 5 Euro und 9 Euro, die ermäßigten Preise zwischen 3 Euro und 6 Euro. Ein direkter Zusammenhang zwischen der Höhe der Eintrittspreise und der Absatzstruktur ist aus den verfügbaren Statistiken nicht zu erkennen.

Neben dem regulären Eintritt bieten die Museen umfangreiche Angebote an **Ermäßigungen** und **freiem Eintritt**. „Klassische“ Ermäßigungsberechtigungen wie z.B. Kindesalter oder Ausbildungsstatus werden

¹⁴³ Zu berücksichtigen ist hierbei die Buchungspraxis der SGS. Wer bspw. den Eintritt für eine Sonderausstellung in der SGS löst, kann durch eine Zuzahlung auch die Dauerausstellung besuchen. Diese Zuzahlung wird in der Kasse als zusätzlicher Besuch gezählt. Da solche Zuzahlungen mehrheitlich reguläre Tickets betreffen, hat diese Buchungspraxis statistisch einen verstärkenden Effekt auf den Anteil der regulären Tickets. Klammert man die Zuzahlungen aus, vergibt die SGS sogar 54% ihrer Tickets frei, der Anteil regulärer Tickets fällt auf 24% und der Anteil ermäßigter Tickets steigt auf 22%.

durch zahlreiche weitere Angebote wie Landesfamilienpass, Kinderpass, Museumspass, ArtCard, StuttCard/KarlsruheCard, Bonuscard, ÖPNV-Tickets u.v.m. ergänzt. So kommt es einerseits zu einer großen Zahl unterschiedlicher, tatsächlich realisierter Preise und andererseits in allen Häusern zu einem geringen Anteil an regulären Tickets. Die regulären Preise, die von Besuchern als erste wahrgenommen werden dürften, haben damit tatsächlich eine eher eingeschränkte Bedeutung.

Besuchszeiten

Bei der Betrachtung von Modellen des freien Eintritts sollten die individuellen **Öffnungs- und Besuchszeiten** (Öffnungstage und tägliche Öffnungszeiten) berücksichtigt werden. Während das ZKM an fünf Öffnungstagen und insgesamt 35 Stunden/Woche (während der Ausstellung „Open Codes“ 39 Stunden/Woche) die geringsten Öffnungszeiten bietet, ist das TECHNOSEUM mit sieben Öffnungstagen und 56 Stunden/Woche am längsten geöffnet. Wochenenden sind in den untersuchten Museen die wichtigsten **Besuchstage**, wobei Sonntage in der Regel deutlich besuchstärker sind als Samstage.

Abhängig von den Besuchersegmenten kann der Anteil der Wochenendbesuche schwanken. So führt das Interesse von Schulklassen eher zu hoher Auslastung unter der Woche, und umgekehrt das Interesse von Familien und Berufstätigen eher zu hoher Auslastung am Wochenende. Unter den Wochentagen Dienstag bis Freitag sind nur geringe Unterschiede festzustellen, mit Freitagen als die tendenziell besucherschwächsten Tage. Die Karlsruher Museen SMNK und ZKM versuchen, dem mit freiem Eintritt an Freitagnachmittagen entgegen zu wirken.

Die SGS bietet als einziges der untersuchten Museen an einem ganzen Tag pro Woche freien Sammlungseintritt und zwar konstant jeden Mittwoch. Dies wird an einem vergleichsweise hohen Anteil von 16% der Wochenbesuche für 2017 sichtbar. Zu erkennen ist aber auch, dass Donnerstage im Jahr 2017 einen ebenso hohen Anteil trugen. Die Maßnahme ‚freier Mittwoch‘ der Staatsgalerie wird in Abschnitt 3.2.2 noch genauer betrachtet.

Sonder- und Dauerausstellung

In Tabelle B3 3 werden die Besuchszahlen nach **Dauerausstellung** (DA) (in einigen Museen auch als Schau-sammlung oder Sammlung bezeichnet) und **Sonderausstellung** (SA) getrennt gegenübergestellt.¹⁴⁴

Tab. B3 3: Besuchszahlen der Museen nach Dauer- und Sonderausstellung (in Tsd.)

Museum	2015				2016				2017				2018 (1. HJ)			
	DA	SA	GES	% DA	DA	SA	GES	% DA	DA	SA	GES	% DA	DA	SA	GES	% DA
LMW-AS	36	62	97	37%	60	71	131	46%	38	129	167	23%	38	63	101	38%
SGS	191	187	378	51%	179	174	353	51%	140	98	238	59%	79	28	107	74%
ZKM	k.A.	k.A.	196	k.A.	k.A.	k.A.	213	k.A.	k.A.	k.A.	222	k.A.	k.A.	k.A.	124	k.A.
SMNK	44	72	115	38%	62	161	224	28%	108	101	209	52%	78	16	94	82%
TECHNOSEUM	99	(106)	205	48%	107	(66)	173	62%	104	(83)	186	56%	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.

Damit wird sichtbar, dass ein selektiver freier Eintritt, bspw. für die Dauerausstellung auf unterschiedliche Anteile der Besuche wirken würde (Anteil Dauerausstellungsbesuche jeweils siehe Spalte „% DA“).

¹⁴⁴ Hierbei sind die jeweiligen Praktiken der Erfassung an den Museen zu berücksichtigen. In einigen Museen werden "Sonstige Besucher" gezählt (etwa aus Vermietungen, Sonderveranstaltungen u.ä.). Sofern sie nicht ausdrücklich Teil der Sonderausstellung waren, wurden sie in der Auswertung der Dauerausstellung zugeschlagen.

Im Fall des **LMW-AS**, bezogen auf das Alte Schloss, ist der Effekt des freien Eintritts im Jahr 2018 zu berücksichtigen. Hier meint Dauerausstellung (DA) = nur Eintritte in Schausammlungen im Alten Schloss, d.h. ohne Junges Schloss, Haus der Musik im Fruchtkasten, Lapidarium, Veranstaltungen, Museumsaktivitäten; Sonderausstellungen (SA) = nur Eintritte Sonderausstellungen ohne Veranstaltungen, Museumsaktivitäten

Für die **SGS** ist im Jahr 2018 die Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“ als besonderer Effekt zu bedenken. Zudem ist die Buchungspraxis der SGS bei Kombitickets zu beachten – dabei wird zu jedem Kauf einer Eintrittskarte in die Sonderausstellung auch ein ermäßigter Eintritt in die Dauerausstellung gebucht.

Im **ZKM** werden die Ausstellungsformate nicht in Dauer- und Sonderausstellungen getrennt und daher in der Statistik nicht entsprechend ausgewiesen.

Für das **TECHNOSEUM** ist zu vermerken, dass es den Besuch von Dauer- und Sonderausstellung mit einem Kombiticket ohne Aufpreis oder gesonderte Zahlung für die Sonderausstellung ermöglicht.

Das **SMNK** weist erst seit Juni 2016 explizit Besuche in Sonderausstellungen aus.

3.2 Analyse bestehender Eintritt-frei-Angebote in den fünf untersuchten Museen

3.2.1 Landesmuseum Württemberg

Das LMW bot im gesamten Jahr 2018 mithilfe seines Freundeskreises und eines Sponsors **freien Eintritt in die Schausammlungen** im Stuttgarter Alten Schloss an (zusätzlich auch im Haus der Musik sowie im Museum der Alltagskultur im Schloss Waldenbuch). Aufgrund dieser außerordentlichen Maßnahme des freien Eintritts in die Sammlungspräsentation im Jahr 2018 wurde für das LMW, anders als in den anderen vier Museen, auch die Statistik für das 2. Halbjahr 2018 betrachtet.

Zuvor gab es zwei temporäre Angebote im Alten Schloss: Unter dem Motto „Hitzefrei“ entfiel der Eintritt im August, sobald die Temperaturen 25° C überstiegen. Zudem gab es jeden 4. Freitag im Monat einen sog. „Schwabenrabatt“ mit freiem Eintritt.

Freier Eintritt im Jahr 2018

Im Alten Schloss wurden im Betrachtungszeitraum eine dauerhafte Sammlungspräsentation sowie eine jährliche Sonderausstellung gezeigt, i.d.R. zwischen Oktober und April, weshalb in Tabelle B3 4 zwischen Mai und September für Sonderausstellungen meist keine Besuchszahlen verzeichnet sind.¹⁴⁵

Bezüglich der **Schausammlungen im Alten Schloss** im Jahr 2018 wird deutlich, dass die **Besuchszahlen gegenüber den Jahren 2016 und 2017 in etwa verdoppelt** werden konnten. Dies dürfte vorwiegend dem freien Eintritt zuzuschreiben sein und wird nachstehend weiter ausgeführt.

Tab. B3 4: LMW: Altes Schloss, Stuttgart: Besuchszahlen nach Monaten in Dauerausstellung (DA) und Sonderausstellung (SA) sowie Gesamt (GES)¹⁴⁶

Monat	2015			2016			2017			2018		
	DA	SA	GES	DA	SA	GES	DA	SA	GES	DA	SA	GES
Januar	4.058	10.071	14.129	2.798	8.644	11.442	1.425	18.698	20.123	6.995	17.082	24.077
Februar	3.487	9.418	12.905	2.719	6.742	9.461	1.335	21.774	23.109	5.559	16.021	21.580
März	1.116	12.516	13.632	3.283	11.243	14.526	1.778	31.274	33.052	6.231	21.324	27.555
April	3.641	4.498	8.139	2.749	7.513	10.262	1.576	21.532	23.108	5.896	8.914	14.810
Mai	3.183		3.183	16.666		16.666	5.021		5.021	7.623		7.623
Juni	3.157	3.616	6.773	4.823		4.823	5.153		5.153	5.402		5.402
Juli	666	5.403	6.069	5.069		5.069	3.159		3.159	7.617		7.617
August	3.096	6.131	9.227	6.107		6.107	6.313		6.313	9.251		9.251
September	3.085		3.085	3.326		3.326	3.997	845	4.842	6.410		6.410
Oktober	2.767	2.045	4.812	3.076	6.379	9.455	2.694	11.408	14.102	5.154	4.350	9.504
November	3.093	4.318	7.411	3.642	15.322	18.964	2.539	13.992	16.531	4.801	4.626	9.427
Dezember	4.202	3.542	7.744	5.650	14.793	20.443	2.831	9.034	11.865	5.449	4.393	9.842
Gesamt	35.551	61.558	97.109	59.908	70.636	130.544	37.821	128.557	166.378	76.388	76.710	153.098

¹⁴⁵ Sonderausstellungen im LMW 2014/15: „Ein Traum von Rom“ & Sommer 2015: „Kunstschätze aus Hohenlohe“; 2015/16: „Christoph“; 2016/17: „Die Schwaben“; 2017/18: „Die Ritter“; 2018/19: „Faszination Schwert“.

¹⁴⁶ Dauerausstellung (DA) = nur Eintritte in Schausammlungen im Alten Schloss, d.h. ohne Junges Schloss, Haus der Musik im Fruchtkasten, Lapidarium, Veranstaltungen, Museumsaktivitäten; ebenso in folgender Tabelle; Sonderausstellungen (SA) = nur Eintritte Sonderausstellungen ohne Veranstaltungen, Museumsaktivitäten

In Tabelle B3 5 wird die Entwicklung der Besuchszahlen in den Schausammlungen im Alten Schloss in den Jahren 2017 und 2018 gegenübergestellt. Während in der ersten Jahreshälfte 2017 insgesamt 16.288 Besuche in den Schausammlungen erfolgten, waren es im ersten Halbjahr 2018 37.706 Besuche und damit bereits nach sechs Monaten fast so viele wie im gesamten Vorjahr. Im weiteren Verlauf des Jahres stabilisierte sich der Trend, so dass 2018 auch **insgesamt etwa doppelt so viele Besuche in den Schausammlungen** gezählt wurden wie 2017.

Tab. B3 5: LMW: Altes Schloss, Stuttgart: Besuchszahlen - Vergleich Dauerausstellungen 2017 ggü. 2018

Monat	2017	2018	Wachstum (Faktor)
Januar	1.425	6.995	4,9
Februar	1.335	5.559	4,2
März	1.778	6.231	3,5
April	1.576	5.896	3,7
Mai	5.021	7.623	1,5
Juni	5.153	5.402	1,0
Juli	3.159	7.617	2,4
August	6.313	9.251	1,5
September	3.997	6.410	1,6
Oktober	2.694	5.154	1,9
November	2.539	4.801	1,9
Dezember	2.831	5.449	1,9
Gesamt	37.821	76.388	2,0

Sichtbar wird zudem, dass die **Steigerung im Januar und Februar 2018** im Vergleich zu den beiden Monaten in 2017 zunächst enorm war – etwa vier- bis fünfmal so viele Besuche wurden gezählt. Im weiteren Jahresverlauf lässt die Steigerung stark nach. Im Juni 2018 erfolgten ebenso viele Besuche wie im Juni 2017. In den Folgemonaten wurden die hohen Steigerungsraten vom Jahresanfang auch nicht mehr erreicht, allerdings stabilisiert sich der Zuwachs bei einem Faktor von rund 2, also eine Verdopplung zum Vorjahresmonat.

„Hitzefrei“ im August

Mit „Hitzefrei“ führte das LMW 2013 zunächst nur für die Schausammlung „Legendäre Meisterwerke“ im Alten Schloss und ab 2014 für alle dortigen Sammlungsbereiche eine aktionsbasierte Form des freien Eintritts ein. Sobald die Außentemperatur im August 25° C übersteigt, gilt freier Eintritt. Die Besucherdaten des LMW deuten darauf hin, dass in den Jahren 2015 bis 2017 im August jeweils an rund 15 bis 20 Öffnungstagen „Hitzefrei“ und damit freier Eintritt ins Alte Schloss galt. Beispielhaft zeigt das Jahr 2017: An den 16 Tagen, an denen offensichtlich der freie Eintritt angeboten wurde (weil keine regulären Eintritte gezählt wurden), gab es im Durchschnitt rund 280 Besuche pro Tag und damit rund 130 Besuche mehr als an Tagen mit regulärem Eintritt. So konnten im August etwa 2.000 Besuche mehr erreicht werden als ohne die Aktion.

„Schwabenrabatt“

An jedem letzten Freitag im Monat ist der Eintritt ab 14 Uhr in alle Bereiche des Alten Schlosses frei. Den sogenannten Schwabenrabatt gibt es seit 2012. Zwar sind in den Besucherdaten einige letzte Freitage zu finden, die im jeweiligen Monat die höchsten Besuchszahlen hatten. Ein konstantes Muster lässt sich jedoch nicht ablesen.

3.2.2 Staatsgalerie Stuttgart

Freier Eintritt für junge Menschen

Mit freiem Eintritt für alle Menschen bis 20 Jahre in alle Ausstellungen und alle in Ausbildung in die Sammlung bietet die SGS das umfangreichste Angebot an freiem Eintritt unter den betrachteten Museen. Sie machen im Betrachtungszeitraum einen Anteil von 13-16% der Besuche aus.

Kinder und Jugendliche kommen häufig dienstags und donnerstags als Schulklassen. An diesen Tagen stellen sie bis zu 25% der Besuche.

Freier Eintritt an jedem Mittwoch

Durch den freien Eintritt in die Sammlung für jedermann am Mittwoch erreichte die SGS im Zeitraum 2015-2017 zwischen 17 Tsd. und 20 Tsd. Besuche pro Jahr, was einem Anteil von ca. 7-11% der gesamten Besuche entsprach. Der Mittwoch ist damit ein besuchsstärkerer Wochentag als Dienstag und Freitag, allerdings gleichauf mit dem Donnerstag. Die Tage Mittwoch und Donnerstag bleiben leicht hinter dem Samstag und deutlich hinter dem Sonntag als wichtigstem Museumstag zurück. Im Jahr 2018 war im 1. Halbjahr die Verteilung der Wochentage ausgeglichener, d.h. hier war der Mittwoch ähnlich wichtig wie der Sonntag.

In Tabelle B3 6 sind die Besuchsanteile der Wochentage, getrennt nach Dauerausstellung/Sammlung und Sonderausstellung, dargestellt. Da Montage keine regulären Öffnungstage sind, entfallen Besuche an diesem Tag etwa auf geschlossene Gruppenbesuche oder Sonderveranstaltungen.

Tab. B3 6: SGS Anteilige Besuche nach Wochentag und Dauer-/Sonderausstellung 2015-2018

Wochentag	2015			2016			2017			2018 1. HJ		
	DA	SA	Gesamt	DA	SA	Gesamt	DA	SA	Gesamt	DA	SA	Gesamt
Montag	1%	2%	1%	3%	3%	3%	1%	3%	2%	1%	3%	2%
Dienstag	13%	13%	13%	12%	12%	12%	13%	12%	13%	20%	12%	18%
Mittwoch	18%	13%	15%	17%	12%	15%	18%	12%	16%	19%	14%	17%
Donnerstag	16%	16%	16%	16%	17%	16%	15%	17%	16%	17%	17%	17%
Freitag	14%	14%	14%	12%	13%	13%	12%	13%	12%	11%	12%	12%
Samstag	18%	19%	19%	17%	18%	18%	17%	18%	17%	14%	21%	16%
Sonntag	21%	22%	22%	22%	24%	23%	24%	25%	24%	17%	21%	18%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

In der isolierten Betrachtung des Mittwochs wird sichtbar, dass sich der **freie Eintritt an diesem Tag im Zeitverlauf etabliert** zu haben scheint. Im 1. Halbjahr 2018 verzeichnete der Mittwoch mit 19% der wöchentlichen Besuche der Sammlung sein bisher stärkstes Jahr. In der Sammlung ist er damit wichtigster Besuchstag, denn das hier abgebildete hohe Gewicht des Dienstags ist durch einen Sondereffekt bedingt (Eröffnung „#meinMuseum“). Allerdings ist **keine herausragende Stellung** des Mittwochs als bevorzugter Besuchstag zu erkennen. Gleichzeitig ist zu befürchten, dass der freie Eintritt am Mittwoch zu Lasten der Sonderausstellungen geht. Sie sind mittwochs unterdurchschnittlich gut besucht. Entsprechend ist der Anteil der regulären Tickets mittwochs mit rund 10% der Besuche besonders niedrig ausgeprägt (sonst zwischen 16-27%).

Schulklassen scheinen den Mittwoch nur in geringem Maße zu nutzen, obwohl alle Begleitpersonen (statt sonst nur die erste) mittwochs freien Eintritt haben. Im gesamten Betrachtungszeitraum vom 01.01.2015 bis 30.06.2018 entfielen nur 9% der wöchentlichen Tickets für Kinder und Jugendliche auf Mittwochsbesuche, verglichen mit 24% am Dienstag, 22% am Donnerstag und 17% am Freitag. Samstag und Sonntag sind mit 12% respektive 15% weniger starke Tage für Kinder und Jugendliche, was für ein Kunstmuseum nicht verwundert.

Freier Eintritt in die Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“

Am 1. Mai 2018 eröffnete die SGS die **Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“**, für welche freier Eintritt an allen Tagen gilt. Zeitungsberichten zufolge hat man sich auch aufgrund des Drucks, den Stadtpalais Stuttgart und LMW mit ihrem freien Eintritt ausüben, dafür entschieden.

Wie Tabelle B3 7 zeigt, ist für die SGS im Jahresvergleich zunächst ein deutlicher Rückgang der Gesamtbesuchszahlen von 380 Tsd. in 2015 über 353 Tsd. in 2016 auf zuletzt 238 Tsd. in 2017 zu beobachten. Die Besuchszahlen des 1. Halbjahrs 2018 sind vergleichbar mit denen von 2017. Medienberichten zufolge lag die Besuchszahl 2018 bei knapp 200 Tsd., ein weiterer Rückgang von rund 20% gegenüber 2017. Die Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“ habe rund 54 Tsd. Besucher in die SGS gelockt.¹⁴⁷

Die Effekte der Einführung des freien Eintritts für „#meinMuseum“ sind aufgrund des gewählten Stichtags 30.06.2018 im Mai und Juni 2018 nachvollziehbar. Die Detailbetrachtung in Tabelle B3 8 zeigt jedoch, dass bei Eliminierung der Sondereffekte, insbesondere der Eröffnungen in den beiden Monaten, **kein Effekt im Vergleich zu 2017 erkennbar** ist. Die Besuchermenge im Mai und Juni 2018 war mit rund 36 Tsd. fast identisch zu der von Mai und Juni 2017. Allerdings wird durchaus sichtbar, dass die Besuche fast vollständig auf die Sammlung entfallen, weil im Mai/Juni 2018 praktisch keine Sonderausstellung zu sehen war (die Sonderausstellung „Ernst Ludwig Kirchner“ begann am 29.06.2018) und die Sammlung mit Jubiläumsausstellung damit stärker besucht war.

¹⁴⁷ vgl. Stuttgarter Nachrichten vom 24.02.2019: „Bilanz 2018 in Stuttgart. Museen zählen drei Millionen Besucher.“

Tab. B3 7: SGS Monatliche Besuchswerte nach Dauer- und Sonderausstellung 2015-2018 (1. HJ)

Monat	2015			2016			2017			2018		
	DA	SA	Gesamt	DA	SA	Gesamt	Dauer	Sonder	Gesamt	DA	SA	Gesamt
Januar	26.267	32.828	59.095	26.444	29.591	56.035	13.027	10.932	23.959	9.985	8.599	18.584
Februar	27.158	30.971	58.129	20.093	20.193	40.286	13.640	14.041	27.681	9.261	7.365	16.626
März	35.258	41.816	77.074	11.777	7.799	19.576	14.120	13.089	27.209	11.776	9.419	21.195
April	24.641	27.458	52.099	13.810	10.143	23.953	11.376	13.332	24.708	6.598	1.144	7.742
Mai	8.243	1.453	9.696	15.041	15.704	30.745	9.877	11.424	21.301	25.547	0	25.547
Juni	7.141	3.609	10.750	14.073	15.757	29.830	7.945	6.682	14.627	16.181	1.147	17.328
Juli	8.615	3.949	12.564	10.619	7.586	18.205	10.208	3.022	13.230			
August	7.073	4.143	11.216	7.949	6.603	14.552	11.145	4.361	15.506			
September	8.555	3.869	12.424	7.935	6.185	14.120	11.023	4.897	15.920			
Oktober	9.025	6.713	15.738	16.677	20.206	36.883	15.030	5.768	20.798			
November	14.541	15.040	29.581	18.304	18.851	37.155	13.585	4.387	17.972			
Dezember	14.913	14.976	29.889	15.957	15.820	31.777	9.246	6.096	15.342			
Gesamtergebnis	191.430	186.825	378.255	178.679	174.438	353.117	140.222	98.031	238.253	79.348	27.674	107.022

Tab. B3 8: SGS Detailbetrachtung Monate Mai/Juni 2015-2018¹⁴⁸

	2015	2016	2017	2018	Jahresvergleich		
					2018:2015	2018:2016	2018:2017
Mai	9.696	30.033	21.301	19.571	102%	-35%	-8%
Juni	10.288	29.830	14.627	16.751	63%	-44%	15%
Summe	19.984	59.863	35.928	36.322	82%	-39%	1%

Da die Ausstellung „meinMuseum“ insgesamt 54 Tsd. Besuche erreicht hat (s.o.) folgten den rund 36 Tsd. Besuchen im Mai und Juni (ohne Eröffnung) bis zum Ausstellungsende am 26.8. im Juli und August also noch einmal 18 Tsd. Besuche. Folglich sind die Besuchszahlen trotz freiem Eintritt in der Folge zurückgegangen. 18 Tsd. Besuche wurden in der Sammlung in den Monaten Juli/August auch in den Vorjahren erreicht. Der freie Eintritt scheint hier entsprechend keinen quantitativen Effekt gehabt zu haben.

Freier Eintritt für Förderer und Partner der SGS

Der freie Eintritt für Förderer und Partner der SGS, insbesondere der freie Eintritt für die Freunde der Staatsgalerie, machte im Untersuchungszeitraum mit 6-9% einen beachtlichen Anteil der Zutritte aus, hat damit im Vergleich zu anderen Kategorien aber nur einen geringen Einfluss auf das Gesamtgefüge.

Ermäßigung VVS

Auffällig ist, dass der VVS-Rabatt einen bemerkenswerten Anteil der Ticketverkäufe in der SGS ausmacht. Wer ein gültiges VVS- oder Metropol-Tagesticket vorweist, erhält ermäßigten Eintritt zu den Sonderausstellungen. Insgesamt macht dies einen im Zeitverlauf stabilen Anteil von 8% der Besuche aus. Beschränkt man die Betrachtung auf die Sonderausstellung, entfallen auf diesen Ermäßigungsgrund ca. 15-16%. Im Jahr 2018 lag der Wert sogar bei 25%, d.h. jeder vierte Besucher der im Untersuchungszeitraum maßgeblichen

¹⁴⁸ Bereinigt um Sonder- und Eröffnungsveranstaltungen: Juni 2015 abzgl. 462 Besuche Sonderveranstaltung, Mai 2016 712 Besuche Eröffnung „Augen-Blicke“, Mai 2018 452 Besuche Festakt und 5.524 Besuche Eröffnung „meinMuseum“, Juni 2018 577 Besuche Eröffnung und Sonderveranstaltung „Ernst Ludwig Kirchner“.

Sonderausstellung „Der Meister von Meßkirch“ kam mit dem öffentlichen Nahverkehr und erhielt dafür ermäßigten Eintritt.

3.2.3 ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe

Freier Eintritt am Freitagnachmittag

Das ZKM bietet ähnlich dem SMNK und anderen Häusern in Karlsruhe freien Eintritt am Freitagnachmittag.¹⁴⁹ Mögliche Effekte der Maßnahme konnten aufgrund mangelnder Daten nicht analysiert werden, Hinweise dazu gibt die Besuchsstatistik zu „Open Codes“ im Folgenden.

Sonderausstellung „Open Codes“ mit freiem Eintritt

Die Ausstellung „Open Codes“ (19.10.2018 zunächst bis 06.01.2019, mehrfach verlängert bis 02.06.2019) hatte bis zum Ende der ursprünglich geplanten Ausstellungsdauer am 06.01.2019 laut Medienberichten 160.000 Besuche erreicht.¹⁵⁰ Insgesamt seien 260.000 Besuche im Jahr 2018 erreicht worden, ein Zuwachs von knapp 20% gegenüber den 221 Tsd. Besuchen von 2017.

Die für die Untersuchung vorliegenden Daten bis zum 30.06.2018 zeigen, dass bis zu diesem Stichtag und damit nach rund zwei Dritteln der ursprünglich geplanten Ausstellungszeit, bereits knapp 100.000 Besuche erreicht waren. Aus den Daten wird sichtbar, dass die Besuche je Wochentag recht gleich verteilt sind. Zwischen Donnerstag und Sonntag wurden durchschnittlich rund 580 Besuche pro Tag erreicht. Bemerkenswert erscheint, dass an Donnerstagen etwa jeder vierte Besuch nach 18 Uhr stattfand, möglicherweise ein Ergebnis der Intention der Ausstellung, auch ein „Co-Working-Space“ zu sein.¹⁵¹ Die hohe Auslastung an Freitagen könnte mit dem freien Eintritt am Freitagnachmittag in die übrigen Ausstellungen zusammenhängen.¹⁵²

¹⁴⁹ Für das Jahr 2019 bietet das ZKM auch für seine neue Sammlungspräsentation "Writing the History of the Future. Die Sammlung des ZKM" freien Eintritt. Die erste Phase dieser Ausstellung startete am 23.2.19, die zweite Phase wird am 19.7.19 eröffnet. Der freie Eintritt ist in diesem Fall ein Angebot an die Besucher im ZKM-Jubiläumsjahr, ab 2020 wird wieder Eintritt erhoben.

¹⁵⁰ vgl. <https://www.ka-news.de/kultur/regional/Open-Codes-verzeichnet-Rekord-Rund-160-000-Besucher-im-ZKM-Ausstellung-verlaengert;art136,2327195>.

¹⁵¹ Das ZKM stellte Arbeitsplätze, WLAN, Obst und Getränke zur Verfügung, um zum Arbeiten in der Ausstellung einzuladen.

¹⁵² Die Zahlung der Besuche in „Open Codes“ erfolgte per „Klickerzählung“. Die so festgestellte Zahl wurde mit einem Faktor von 0,85 „abgewertet“, um Wiedereintritte abzubilden.

3.2.4 Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe

Freier Eintritt am Freitagnachmittag

Das SMNK bietet (neben den Karlsruher Museen ZKM, BLM und Städtische Galerie) seit Juli 2017 an Freitagnachmittagen freien Eintritt an. Ein Vergleich zwischen den Monaten April/Mai 2017 und Oktober/November 2017 zeigt, dass dieses Angebot durchaus genutzt wird. Besuchten im Frühjahr durchschnittlich rund 100-150 Personen das Museum am Freitag, waren es im Herbst rund 350. Allerdings scheint dies auf Kosten der anderen Wochentage zu gehen (Di/Mi/Do), denn die Gesamtbesuchszahl pro Woche (ohne Wochenende) blieb unverändert. Auf die Wochenendbesuche scheint das Angebot allerdings keinen Einfluss zu haben. Die Wochenendtage sind mit durchschnittlich 800-1000 Besuchen pro Tag in der Dauerausstellung weiter die mit Abstand wichtigsten Besuchstage. Samstage scheinen eine quantitativ größere Bedeutung zu haben als in anderen Museen.

3.2.5 TECHNOSEUM Mannheim

Das TECHNOSEUM geht von den untersuchten Museen am restriktivsten mit freiem Eintritt um. Der überwiegende Teil der Freikarten im TECHNOSEUM entfällt auf Besuchergruppen, die auch in anderen Museen üblicherweise freien Eintritt haben, u.a. Kinder unter 6 Jahren, Inhaber des Landesfamilienpasses oder Begleitpersonen von Rollstuhlfahrern.

Nur an wenigen ausgewählten Tagen gewährt das Haus allen Besuchern freien Eintritt. Die quantitative Wirkung lag im Zeitraum 2015 bis 2017 zwischen 3 Tsd. und 16 Tsd. Besuchen.

4 Expertendiskussionen an baden-württembergischen Landesmuseen und dem ZKM Karlsruhe

Tabellenverzeichnis Kapitel 4

Tab. B4 1: Zusammenfassende Übersicht der generellen Positionierung der untersuchten Museen zum Thema freier Eintritt in Dauerausstellungen	82
Tab. B4 2: Zusammenfassende Übersicht von Museumsaussagen zu ihrer Ausgangssituation hinsichtlich Eintrittspreisen	83
Tab. B4 3: Zusammenfassende Übersicht von Museumsaussagen zu Argumenten pro/kontra freien Eintritt in Dauerausstellungen	84
Tab. B4 4: Zusammenfassende Übersicht von Museumsaussagen zu Fragen der Umsetzung	86
Tab. B4 5: Zusammenfassende Übersicht von Museumsaussagen zu verschiedenen Modellen von freien Eintrittsangeboten	86
Tab. B4 6: Zusammenfassende Übersicht von Museumsaussagen zu weiteren Instrumente der Museumsöffnung	87

4.1 Methodisches Vorgehen der Expertendiskussionen

Im Juli und August 2018 erfolgten Expertendiskussionsrunden an den ausgewählten fünf Museen, um die museumsspezifischen Sichtweisen und Erfahrungen zum Untersuchungsthema vertieft einzubeziehen.

Diskussionsteilnehmer:

Die Diskussionen fanden mit Vertretern verschiedener Abteilungen der fünf Museen statt, darunter:

- Direktion/Vorstand
- Verwaltung
- kuratorische Abteilung/Sammlung/Ausstellungen
- Restaurierung
- Marketing/Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit
- Vermittlung/Museumspädagogik/Veranstaltungen
- Besucherservice/Kasse/Empfang/Infotheke/Aufsicht
- Evaluation

Für die Teilnahme wurde die Direktion kontaktiert und die Museen entschieden gemeinsam mit der Auftragnehmerin, wer an den Gesprächen teilnimmt (Liste der Teilnehmer siehe Anhang 4). Zusätzlich wurden die Museen aufgefordert weitere Meinungen und Informationen über die Gespräche hinaus einzubringen.

Ablauf und Erhebungsinstrument:

Die Gesprächsführung erfolgte mit einem flexibel gehandhabtem Leitfaden (Leitfaden siehe Anhang 4).

Die Diskussionen wurden digital aufgezeichnet und anschließend transkribiert. Die Transkripte gingen den Museen zur Genehmigung zu.

Ergänzt wurde die vorliegende Auswertung durch Inhalte der vorab erfolgten Auftaktgespräche der Auftragnehmerin mit den Museen sowie deren Stellungnahmen zum Untersuchungsthema, die dem MWK vorlagen.

Lesehinweis: Nach Zusammenfassung der Hauptergebnisse in Zusammenfassung 4 werden folgend die Hauptaussagen aus den Expertendiskussionen in Übersichtstabellen ausführlicher dargestellt, um die verschiedenen Positionen und Argumente zu verdeutlichen. Im Anhang 4 finden sich jeweils stichwortartige Beispielsätze der Museumsvertreter, anhand derer zusätzlich die einzelnen Ausführungen nachvollzogen werden können. In den zusammenfassenden Übersichten wird jeweils auf die entsprechenden Stellen im Anhang verwiesen.

Zu beachten: Durch die flexible Gesprächsführung wurden nicht in allen Diskussionen die durchgehend gleichen Fragen gestellt. Daher ist bei der folgenden tabellarischen Gegenüberstellung von Aussagen nicht zu schlussfolgern, dass Museen keine Meinung zu einem Aspekt haben, wenn keine Aussage aufgeführt wird. Zudem überschneiden sich die Aspekte und Argumente auch an manchen Stellen.

4.2 Zusammenfassende Übersichten zu Aussagen der Museen

4.2.1 Generelle Positionierung der Museen zum Thema freier Eintritt in Dauerausstellungen

Tab. B4 1: Zusammenfassende Übersicht der generellen Positionierung der untersuchten Museen zum Thema freier Eintritt in Dauerausstellungen

Museum	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe	TECHNOSEUM Mannheim
Museumsart	Kulturgeschichte	Kunst	Kunst	Naturkunde	Technikgeschichte
Positionierung	pro	pro	pro	kontra	kontra
Beispielzitat	Der freie Eintritt ist eine Möglichkeit auch Menschen zu interessieren, die sonst nicht kommen würden. [...] Kultur soll Teil des Lebens von möglichst vielen Menschen sein.	Wir sind seit Jahren der Überzeugung, dass freier Eintritt gerade in der jetzigen gesellschaftlichen Situation niederschwellige Zugänge ermöglicht.	Freier Eintritt ist unabdingbar. Wir bräuchten im Prinzip für jede Ausstellung freien Eintritt, weil jede anderes Wissen ermöglicht. [...] Wir unterstützen freien Eintritt sehr unter dem Bildungs- und Gleichbehandlungsaspekt.	Es gibt aus der [eintrittsfreien] Situation negative Besuchererlebnisse und unter anderem deswegen überwiegend für uns die langfristigen Nachteile und wir wünschen das nicht.	Wir sehen [freien Eintritt] sehr skeptisch und haben nicht die Erwartung, dass uns das etwas Gutes täte. [...] Ich wage zu sagen, dass es keinen einzigen jungen Menschen in Baden-Württemberg gibt, der aus finanziellen Gründen nicht ins Museum geht.

4.2.2 Ausgangssituation hinsichtlich Eintrittspreisen und Erfahrungen mit freiem Eintritt

[Preisstrukturen der Museen siehe Tab. Anh3 1 im Anhang 3]

Tab. B4 2: Zusammenfassende Übersicht von Museumsaussagen zu ihrer Ausgangssituation hinsichtlich Eintrittspreisen

<p>Besucherreaktionen auf vorhandene Eintrittspreise der Museen und Einschätzungen der Eintrittspreise aus Museumssicht</p> <ul style="list-style-type: none"> • eigene Eintrittspreise werden aus Museumssicht mehrheitlich als günstig eingeschätzt • zahlreiche Preisermäßigungen an Museen vorhanden • häufige Erfahrung, dass Preise auch aus Besuchersicht als günstig eingeschätzt werden • Beschwerden am ehesten wegen fehlender Rentnerermäßigungen • Beispiele weiterer Preisbeschwerden (Sonderausstellungen, Menschen mit Behinderung, Schulklassenführungen) 	<p><i>siehe Tab. Anh4 1</i></p>
<p>Besucherresonanzen auf verschiedene aktuelle freie Eintrittsangebote der Museen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eintrittsfreies Angebot wird angenommen: • positive Besucherresonanz auf eintrittsfreies Angebot über längeren Zeitraum • positive Besucherresonanz auf eintrittsfreie Tage / Beobachtung, dass einige Besucher auf eintrittsfreie Tage ausweichen • Besucheranfragen und Beschwerden führten zur Einführung eintrittsfreier Tage • Eintrittsfreies Angebot wird weniger angenommen: • auch Erfahrung geringerer Besucherresonanz auf eintrittsfreies Angebot • Erfahrung, dass Besucher auch ohne freien Eintritt kommen würden / andere Besuchsgründe vermutet • wenig Auswirkungen bei Abschaffung eines eintrittsfreien Tags 	<p><i>siehe Tab. Anh4 2</i></p>

4.2.3 Argumente pro/kontra freien Eintritt in Dauerausstellungen

Tab. B4 3: Zusammenfassende Übersicht von Museumsaussagen zu Argumenten pro/kontra freien Eintritt in Dauerausstellungen

Pro	Kontra	
Besuchszahlen / Zielgruppenansprache / Besucherverhalten / Kommunikation		
<ul style="list-style-type: none"> • mehr Besucher / neue Zielgruppen erreichen • insbesondere Nicht-Besucher erreichen 	<ul style="list-style-type: none"> • freier Eintritt erreicht nicht mehr Besucher / breites Publikum wird schon erreicht • Nicht-Besucher werden nicht durch freien Eintritt erreicht 	<i>siehe Tab. Anh4 3</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Kapazitätsprobleme bei Besucheranstieg moderat gesehen bzw. nicht vorhanden • Probleme mit Besucherverhalten moderat gesehen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kapazitätsprobleme bei Besucheranstieg • Probleme mit Besucherverhalten 	<i>siehe Tab. Anh4 4</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Wiederholungsbesuche ermöglichen • Kurz-/Spontanbesuche ermöglichen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wiederholungsbesucher werden schon erreicht • Kurz-/Spontanbesucher werden schon erreicht bzw. für Museum nicht relevant 	<i>siehe Tab. Anh4 5</i>
<ul style="list-style-type: none"> • mehr Nutzung von Vermittlungsangeboten erzielen 	<ul style="list-style-type: none"> • weniger Nutzung von Vermittlungsangeboten befürchtet 	<i>siehe Tab. Anh4 6</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität bisheriger Eintrittspreisregelungen verringern 	<ul style="list-style-type: none"> • höhere Komplexität der Eintrittspreisregelungen befürchtet 	<i>siehe Tab. Anh4 7</i>
Niedrigschwelligkeit / Zugänglichkeit / Museumsöffnung		
<ul style="list-style-type: none"> • Niedrigschwelligkeit / Instrument der Museumsöffnung / Zugang zu Bildung und Kultur ermöglichen 	<ul style="list-style-type: none"> • Eintrittspreis keine entscheidende Besuchsbarriere / andere Instrumente der Museumsöffnung sinnvoller 	<i>siehe Tab. Anh4 8</i>
freier Eintritt in Dauer- und/oder Sonderausstellungen		
<ul style="list-style-type: none"> • Dauerausstellungen aufwerten / Dauerausstellungsbesuche anregen 	<ul style="list-style-type: none"> • Dauerausstellungen werden abgewertet / mangelnde Wertschätzung 	<i>siehe Tab. Anh4 9</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Synergieeffekte von Dauer- und Sonderausstellungen / Sonderausstellungseffekte weiter nutzen 	<ul style="list-style-type: none"> • weniger Besuche kostenpflichtiger Sonderausstellungen / falsche Besuchererwartungen 	<i>siehe Tab. Anh4 10</i>

Finanzierung / Steuerung / Marketing- und Bindungsinstrument		
• Kompensation der Einnahmefälle, Ausfall überschaubar	• Ausfall der Eintrittseinnahmen, keine ausreichende Kompensation	<i>siehe Tab. Anh4 11</i>
• höhere Sekundärausgaben und Spenden der Besucher anregen	• keine höheren Sekundärausgaben und Spenden erwartet	<i>siehe Tab. Anh4 12</i>
• Kompensation der erhöhten Kosten bzw. Kosten moderat gesehen	• erhöhte Personal- und sonstige Kosten	<i>siehe Tab. Anh4 13</i>
• flexibleren Einsatz von Sponsorenmitteln ermöglichen	• Wegfall von Sponsorenmitteln	<i>siehe Tab. Anh4 14</i>
• Wegfall von Kooperationspartnern moderat gesehen	• Wegfall von Kooperationspartnern	
• Schwächung von Museumspass/Jahreskarten moderat gesehen	• Schwächung von Museumspass/Jahreskarten	<i>siehe Tab. Anh4 15</i>
• Schwächung von Fördervereinen/Freundeskreisen moderat gesehen	• Schwächung von Fördervereinen/Freundeskreisen	
• Steuerung und Planungssicherheit durch Sonderausstellungen und Kompensation	• fehlende Steuerung und Planungssicherheit	<i>siehe Tab. Anh4 16</i>
Sammlung Eigentum des Landes / Verwendung öffentlicher Gelder		
• Sammlung als Landeseigentum Bürgern zugänglich machen	• öffentlich finanzierte Museen sollten Eigenanteil selbst erwirtschaften	<i>siehe Tab. Anh4 17</i>
Konkurrenz		
• Konkurrenz begegnen	• weitere Konkurrenz geschaffen	<i>siehe Tab. Anh4 18</i>

4.2.4 Fragen der Umsetzung von freien Eintrittsangeboten und Modelle freier Eintrittsangebote

Tab. B4 4: Zusammenfassende Übersicht von Museumsaussagen zu Fragen der Umsetzung

<p>Isolierte Betrachtung des Ansteigens von Besuchszahlen durch freien Eintritt?</p> <ul style="list-style-type: none"> Einflussfaktoren berücksichtigen: Aufmerksamkeit durch freien Eintritt, Zählweise der Besuche bei freiem Eintritt, Ausgangswerte der Besuchszahlen sonstige Faktoren (Baustelle, Themen, Veranstaltungen, Ausstellungsgröße, Wetter, Öffnungszeiten, Angebote) 	<i>siehe Tab. Anh4 19</i>
<p>Notwendige Zeitdauer der Etablierung freier Eintrittsangebote? Temporäre Einführung oder dauerhaftes Angebot?</p> <ul style="list-style-type: none"> Etablierung von freiem Eintritt braucht Zeit freier Eintritt sollte nicht wieder abgeschafft werden temporäre Sonderaktion mit freiem Eintritt denkbar 	<i>siehe Tab. Anh4 20</i>
<p>Notwendige einheitliche Einführung des freien Eintritts an allen baden-württembergischen Landesmuseen und dem ZKM?</p> <ul style="list-style-type: none"> unterschiedliche Zielgruppen, Inhalte und Bedingungen der Museen berücksichtigen einheitliche Regelung an allen Landesmuseen für Besucher sinnvoll einheitliche Regelung an allen Landesmuseen wegen Konkurrenz der Museen untereinander sinnvoll vs. auch uneinheitliche Regelung an den Landesmuseen möglich 	<i>siehe Tab. Anh4 21</i>

Tab. B4 5: Zusammenfassende Übersicht von Museumsaussagen zu verschiedenen Modellen von freien Eintrittsangeboten

<p>Pro/kontra zu:</p> <ul style="list-style-type: none"> freier Eintritt für bestimmte Zielgruppen freier Eintritt an bestimmten Tagen pay what you want/can kostenfreie Vermittlungsangebote 	<p><i>siehe Tab. Anh4 22</i></p> <p><i>siehe Tab. Anh4 23</i></p> <p><i>siehe Tab. Anh4 24</i></p> <p><i>siehe Tab. Anh4 25</i></p>

4.2.5 Weitere Instrumente der Museumsöffnung

Tab. B4 6: Zusammenfassende Übersicht von Museumsaussagen zu weiteren Instrumente der Museumsöffnung

<ul style="list-style-type: none">• zielgruppenspezifische Vermittlungsangebote, Begleitprogramme, Veranstaltungen• Serviceangebote• digitale Angebote• Verankerung von Museumsbesuchen in Bildungsplänen• verbesserte Erreichbarkeit• längere Öffnungszeiten• Forschung	<i>siehe Tab. Anh4 26</i>

TEIL C PERSPEKTIVE 3: BESUCHER

5 Besucherbefragung an baden-württembergischen Landesmuseen und dem ZKM Karlsruhe

Abbildungsverzeichnis Kapitel 5

Abb. C5 1: Altersgruppen der befragten Besucher (gesamt und nach Museen unterschieden)..... 92

Abb. C5 2: Haben Sie Kinder unter 18 Jahren? 93

Abb. C5 3: Höchster (angestrebter) Bildungsabschluss der befragten Besucher 93

Abb. C5 4: Wohnort der befragten Besucher 94

Abb. C5 5: Monatliches Haushaltsnettoeinkommen der befragten Besucher 94

Abb. C5 6: Wie oft im Jahr besuchen Sie allgemein Museen und Ausstellungen?..... 95

Abb. C5 7: Sind Sie heute zum ersten Mal im Museum?..... 96

Abb. C5 8: Sind Sie heute in Begleitung gekommen? 97

Abb. C5 9: Übersicht über Bekanntheit des freien Eintritts und Nennung als Besuchsgrund (gesamt an allen fünf Museen)..... 98

Abb. C5 10: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt, wenn freies Eintrittsangebot vorhanden war 100

Abb. C5 11: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt, wenn freies Eintrittsangebot auch bekannt war . 100

Abb. C5 12: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte? (in %) 102

Abb. C5 13: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte? (gesamt und nach Museen unterschieden)..... 103

Abb. C5 14: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach Altersgruppen differenziert..... 105

Abb. C5 15: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte? nach Altersgruppen unterschieden..... 106

Abb. C5 16: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach Wohnort differenziert 107

Abb. C5 17: Wären Sie auch gekommen, wenn es Eintritt gekostet hätte? nach Wohnort unterschieden 107

Abb. C5 18: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen differenziert 108

Abb. C5 19: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach jährlicher allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit differenziert 109

Abb. C5 20: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte? nach allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit unterschieden..... 109

Abb. C5 21: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach Erst-/Wiederholungsbesuch differenziert... 110

Abb. C5 22: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte? nach Erst- und Wiederholungsbesuchern unterschieden 110

Abb. C5 23: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach Begleitung differenziert 111

Abb. C5 24: Wann haben Sie den Entschluss für den Besuch gefasst? 112

Abb. C5 25: Wie lange waren Sie heute ungefähr im Museum? 113

Abb. C5 26: Wie viel haben Sie im Museum ausgegeben?..... 114

Abb. C5 27: Zeitpunkt des Besuchsentschlusses nach Besuchsgrund freier Eintritt unterschieden 115

Abb. C5 28: Aufenthaltsdauer im Museum nach Besuchsgrund freier Eintritt unterschieden 115

Abb. C5 29: Sekundärausgaben im Museum nach Besuchsgrund freier Eintritt unterschieden..... 116

Abb. C5 30: Welche Ausstellungen haben Sie heute besichtigt?	117
Abb. C5 31: Woher wussten Sie vom freien Eintritt?	119
Abb. C5 32: Besuchsgründe für das Landesmuseum Württemberg.....	122
Abb. C5 33: Besuchsgründe für die Staatsgalerie Stuttgart.....	122
Abb. C5 34: Besuchsgründe für das ZKM Karlsruhe.....	123
Abb. C5 35: Besuchsgründe für das Museum für Naturkunde Karlsruhe.....	123
Abb. C5 36: Besuchsgründe für das TECHNOSEUM Mannheim	123
Abb. C5 37: Differenzierte Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen (sortiert nach Mittelwerten)	127
Abb. C5 38: Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen (gesamt und nach Museen unterschieden, Mittelwerte).....	129
Abb. C5 39: Zustimmung zu Besuchsanreizen am Landesmuseum Württemberg (sortiert nach Mittelwerten) .	130
Abb. C5 40: Zustimmung zu Besuchsanreizen an der Staatsgalerie Stuttgart (sortiert nach Mittelwerten)	130
Abb. C5 41: Zustimmung zu Besuchsanreizen am ZKM Karlsruhe (sortiert nach Mittelwerten)	131
Abb. C5 42: Zustimmung zu Besuchsanreizen am Museum für Naturkunde Karlsruhe (sortiert nach Mittelwerten)	131
Abb. C5 43: Zustimmung zu Besuchsanreizen am TECHNOSEUM Mannheim (sortiert nach Mittelwerten).....	132
Abb. C5 44: Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen (nach Besuchsgrund freier Eintritt unterschieden, Mittelwerte)	134

Tabellenverzeichnis Kapitel 5

Tab. C5 1: Erhebungsorte und deren freie Eintrittsangebote im Erhebungszeitraum	90
Tab. C5 2: Anzahl ausgefüllter Fragebögen (deutsch/englisch) an den Museen.....	91
Tab. C5 3: Erhebungszeiträume der Besucherbefragung an den Museen	91
Tab. C5 4: Altersdurchschnitt der befragten Besucher (gesamt und nach Museen unterschieden)	92
Tab. C5 5: Durchschnittliche Ausgaben gesamt und nach Museen unterschieden.....	114
Tab. C5 6: Mittelwerte der Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen	126

5.1 Methodisches Vorgehen der Besucherbefragung

Fünf Erhebungsorte:

Tab. C5 1: Erhebungsorte und deren freie Eintrittsangebote im Erhebungszeitraum

Museum	freie Eintrittsangebote im Erhebungszeitraum
Landesmuseum Württemberg (LMW, Altes Schloss)	<ul style="list-style-type: none"> freier Eintritt in Schausammlungen 2018/19 im Stuttgarter Alten Schloss, zusätzlich auch im Haus der Musik sowie im Museum der Alltagskultur im Schloss Waldenbuch¹⁵³
Staatsgalerie Stuttgart (SGS)	<ul style="list-style-type: none"> freier Eintritt 1.5.-26.8.18 in Sammlung und Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“ freier Eintritt mittwochs in Sammlung freier Eintritt täglich für Studierende und Auszubildende in Sammlung freier Eintritt täglich für bis 20-Jährige in alle Ausstellungen
ZKM Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe (ZKM)	<ul style="list-style-type: none"> freier Eintritt 20.10.17-8.8.18/1.9.18-7.4.19, mehrfach verlängert bis 2.6.19 in die Sonderausstellung „Open Codes“ freier Eintritt Freitagnachmittags in alle Ausstellungen
Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe (SMNK)	<ul style="list-style-type: none"> freier Eintritt Freitagnachmittags in Dauerausstellung und kleine Sonderausstellungen
TECHNOSEUM Mannheim	<ul style="list-style-type: none"> gegenwärtig kein spezielles freies Eintrittsangebot, nur anlassbezogene einzelne freie Tage

Erhebungsmethode:

Erhebungsinstrument waren schriftliche, standardisierte Fragebögen, die von geschulten Kräften persönlich verteilt und von den Museumsbesuchern nach der Besichtigung selbst ausgefüllt wurden.

An den fünf Museen wurde ein vergleichbarer Fragebogen eingesetzt, der jeweils auf die museumsspezifischen Situationen angepasst war und daher teilweise unterschiedliche Fragen enthielt (spezifische Bezeichnungen, Vorhandensein von freien Eintrittsangeboten, Bezeichnung der Ausstellungen).

In Absprache mit den Museen wurde im LMW, in der SGS und im ZKM zusätzlich eine englischsprachige Version des Fragebogens eingesetzt.

Zielgruppen der Besucherbefragung:

Die Verteilung des Fragebogens erfolgte an Museumsbesucher ab 14 Jahren. Die Altersgrenze ab 14 Jahren wird in vielen Museumsstudien verwendet, da Besucher erfahrungsgemäß ab diesem Alter mit dem Fragebogen umgehen und eigenständige Besuchsentscheidungen treffen können.

Nicht einbezogen wurden Schulklassen und andere Besuchergruppen. Für diese hätte aufgrund eines anderen Besuchskontextes nicht nur ein angepasster Fragebogen erstellt werden müssen. Insbesondere für Schulklassen liegt eine besondere Besuchs- und Entscheidungssituation hinsichtlich des Museumseintritts vor, welcher die Vergleichbarkeit erschwert hätte.

¹⁵³ Für die Analyse zum Landesmuseum Württemberg wurde primär der freie Eintritt in die Schausammlungen im Stuttgarter Alten Schloss betrachtet. Die Besucherbefragung erfolgte daher nur im Alten Schloss, im Folgenden wird trotzdem die Bezeichnung Landesmuseum Württemberg/LMW bei Aufführung der Befragungsergebnisse verwendet.

Anzahl der Befragten:

Angestrebt war eine Anzahl von mindestens 300-350 Befragten pro Museum, welche deutlich übertroffen werden konnte. Mit insgesamt 3.509 Befragten wurde eine aussagekräftige Anzahl von Befragten erreicht. Es ist in Deutschland keine Studie zum Untersuchungsthema mit einer vergleichbaren Stichprobengröße bekannt.

Tab. C5 2: Anzahl ausgefüllter Fragebögen (deutsch/englisch) an den Museen

Museum	Anzahl gültiger Fragebögen	Anteil englischer Fragebögen
Landesmuseum Württemberg (Altes Schloss)	739	35%
Staatsgalerie Stuttgart	738	13%
ZKM Karlsruhe	744	7%
Museum für Naturkunde Karlsruhe	728	nicht vorhanden
TECHNOSEUM Mannheim ¹⁵⁴	560	nicht vorhanden
Gesamt	3.509	12%

Erhebungszeitraum:

Der Erhebungszeitraum im August/September 2018 war auftragsgemäß vorgegeben.

Berücksichtigt wurden bei der Wahl der Erhebungstage:

- Besuchstage während und nach den baden-württembergischen Sommerferien (63% mit Ferien/ 37% ohne Ferien)
- Tage mit/ohne freie Eintrittsangebote (71% Befragte an Tagen mit/29% ohne freien Eintritt)
- verschiedene Wochentage (54% Werkstage/46% Wochenenden)
- verschiedene Uhrzeiten

Tab. C5 3: Erhebungszeiträume der Besucherbefragung an den Museen

Museum	Erhebungszeitraum	Anzahl der Erhebungstage	Anteil Befragte an Tagen mit freien Eintrittsangeboten
Landesmuseum Württemberg (Altes Schloss)	17.8.-22.9.2018	12	100%
Staatsgalerie Stuttgart Phase 1 (mit kostenfreier Jubiläumsausstellung)	15.8.-19.8.2018	4	100%
Staatsgalerie Stuttgart Phase 2 (ohne kostenfreie Jubiläumsausstellung)	29.8.-19.9.2018	6	78% ¹⁵⁵
ZKM Karlsruhe	5.9.-23.9.2018	12	100%
Museum für Naturkunde Karlsruhe	14.8.-22.9.2018	14	49% ¹⁵⁶
TECHNOSEUM Mannheim	16.8.-30.9.2018	14	0%
Gesamt		48	71%

¹⁵⁴ Im TECHNOSEUM war es trotz einer Verlängerung schwieriger ebenso viele Befragte wie an den anderen Museen zu erreichen, da in diesem Museum besonders viele Schulklassen und Kinder zum Publikum zählen, die nicht in die Befragung einbezogen wurden.

¹⁵⁵ In der SGS wurden in der Befragungsphase ohne kostenfreie Jubiläumsausstellung mehr eintrittsfreie Mittwoche als andere Tage für die Befragung ausgewählt, um die entsprechenden Effekte analysieren zu können.

¹⁵⁶ Ebenso wurden im SMNK mehr eintrittsfreie Freitagnachmittage für die Befragung ausgewählt als anteilig andere Wochentage.

5.2 Werden durch freie Eintrittsangebote neue Besucher erreicht?

5.2.1 Wer sind die befragten Besucher?

Fragen im Fragebogen: Alter, Kinder bis 18 Jahre, Bildungsabschluss, Wohnort, monatliches Haushaltsnettoeinkommen, allgemeine Besuchshäufigkeit von Museen, Erst- oder Wiederholungsbesucher, Besuchsbegleitung¹⁵⁷

Vor der Analyse des Besuchsgrunds freier Eintritt für verschiedene Zielgruppen steht die Beschreibung der Struktur der Befragten, um die Struktur der antwortenden Zielgruppen berücksichtigen zu können.

Lesehinweis:

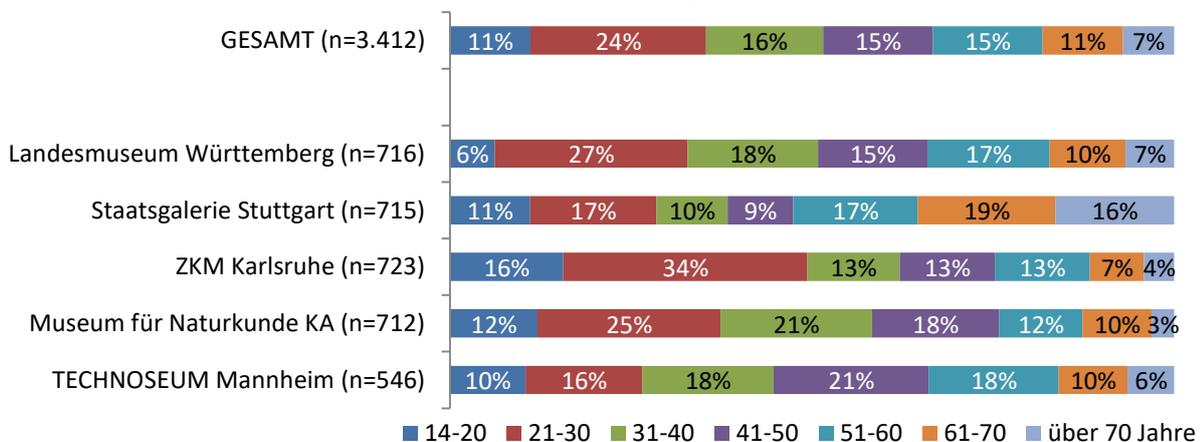
Im Folgenden werden in den Diagrammen sowohl das Gesamtergebnis als auch die Unterschiede zwischen den fünf Museen aufgeführt. Häufig differieren die Ergebnisse zwischen den Museen stark, diese sind bei Betrachtung des Gesamtergebnisses zu berücksichtigen. Der folgende Berichtsteil stellt die Hauptergebnisse vor. Im Anhang 5 finden sich die weiteren Befragungsergebnisse.

Alter der befragten Besucher:¹⁵⁸

Tab. C5 4: Altersdurchschnitt der befragten Besucher (gesamt und nach Museen unterschieden)

Museum	Altersdurchschnitt
Landesmuseum Württemberg	43 Jahre
Staatsgalerie Stuttgart	49 Jahre
ZKM Karlsruhe	37 Jahre
Museum für Naturkunde Karlsruhe	39 Jahre
TECHNOSEUM Mannheim	43 Jahre
Gesamt	42 Jahre

Abb. C5 1: Altersgruppen der befragten Besucher (gesamt und nach Museen unterschieden)

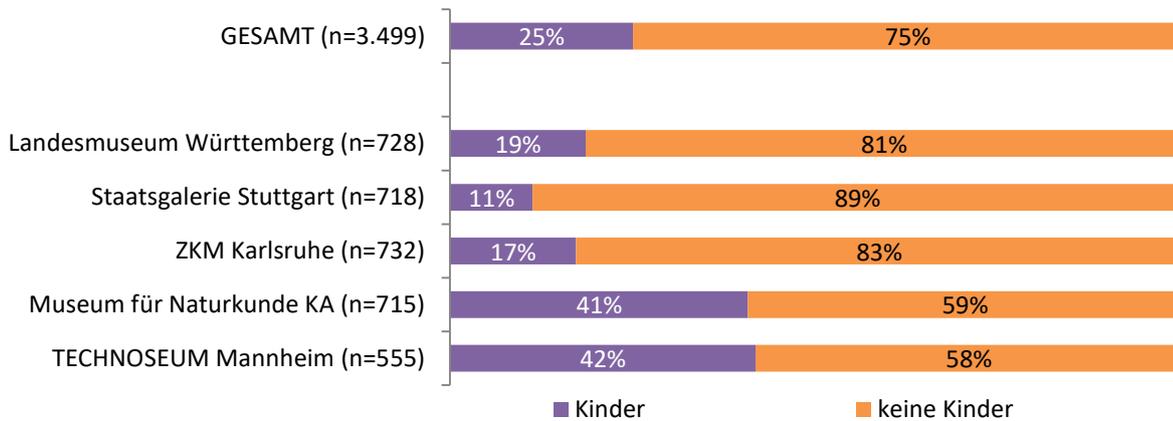


¹⁵⁷ Das Ergebnis zur Frage nach dem Geschlecht der Besucher wird im Anhang 5 aufgeführt.

¹⁵⁸ Zu berücksichtigen beim Alter der Befragten: Befragung erst ab 14 Jahren, kein Einbezug von Schulklassen

Anteile von befragten Besuchern mit Kindern unter 18 Jahren:

**Abb. C5 2: Haben Sie Kinder unter 18 Jahren?
(gesamt und nach Museen unterschieden)**

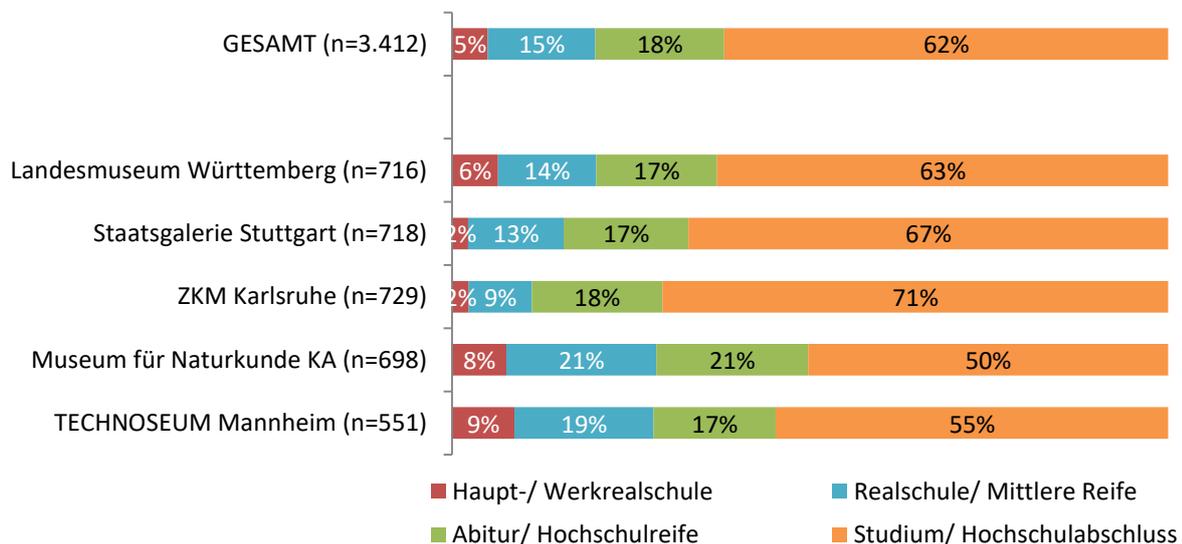


Zusätzliche Korrelationen:

- nach Alter: erwartungsgemäß haben die Befragten in den Altersgruppen 41-50 Jahre (67%) am häufigsten Kinder unter 18 Jahre, gefolgt von der Altersgruppe 31-40 Jahre (53%)

Bildungsabschluss der befragten Besucher, auch angestrebt:

**Abb. C5 3: Höchster (auch angestrebter) Bildungsabschluss der befragten Besucher
(gesamt und nach Museen unterschieden)**

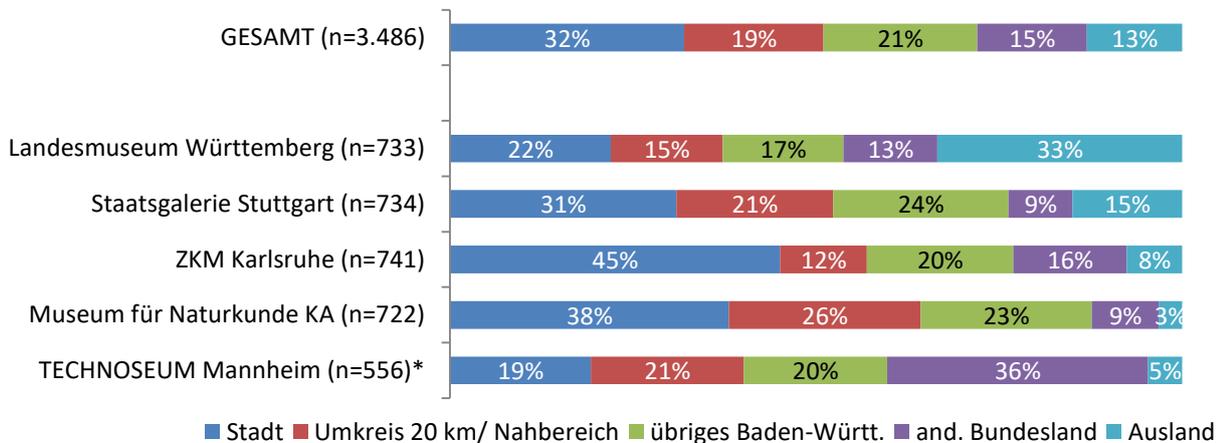


Zusätzliche Korrelationen:

- nach Alter: in jüngeren Altersgruppen sind Studienabschlüsse entsprechend der Bevölkerungsstatistik besonders verbreitet: 76% mit Studium bei 21- bis 30-Jährigen und 66% bei 31- bis 40-Jährigen

Wohnort der befragten Besucher:¹⁵⁹

Abb. C5 4: Wohnort der befragten Besucher (gesamt und nach Museen unterschieden)¹⁶⁰

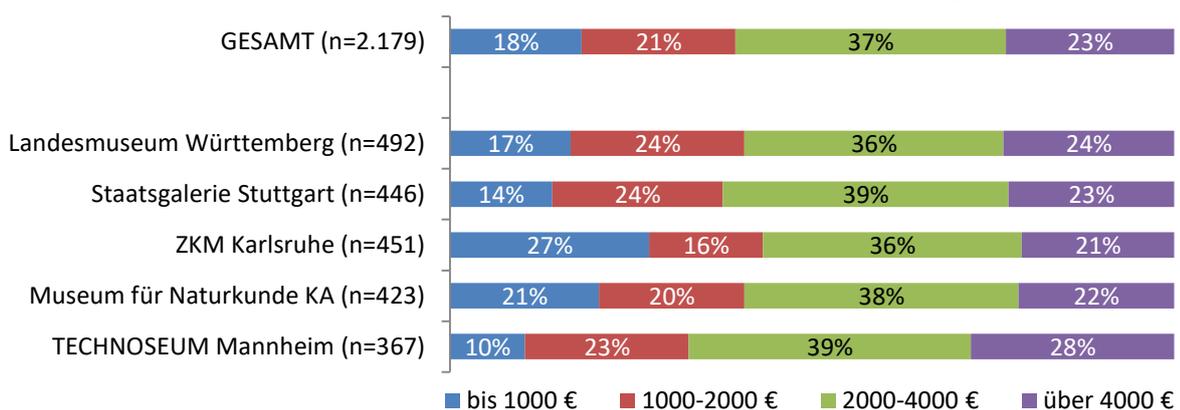


Zusätzliche Korrelationen:

- nach Alter: aus Stadt und Nahbereich des Museums kamen eher ältere Besucher, aus dem Ausland eher jüngere bis 40 Jahre
- nach Bildungsabschluss: Akademiker stammten anteilig am häufigsten aus dem Ausland (77%), gefolgt von Stadt (67%) und anderes Bundesland (65%), vergleichsweise weniger aus dem übrigen Baden-Württemberg (52%) und Nahbereich (50%)

Monatliches Haushaltsnettoeinkommen der befragten Besucher:

Abb. C5 5: Monatliches Haushaltsnettoeinkommen der befragten Besucher (gesamt und nach Museen unterschieden, ohne 38% keine Angabe)



¹⁵⁹ Eine englische Übersetzung des Fragebogens war vorhanden in LMW, SGS, ZKM.

Die differenzierte Aufschlüsselung der anderen Bundesländer sowie Herkunftsländer der touristischen Besucher findet sich im Anhang 5.

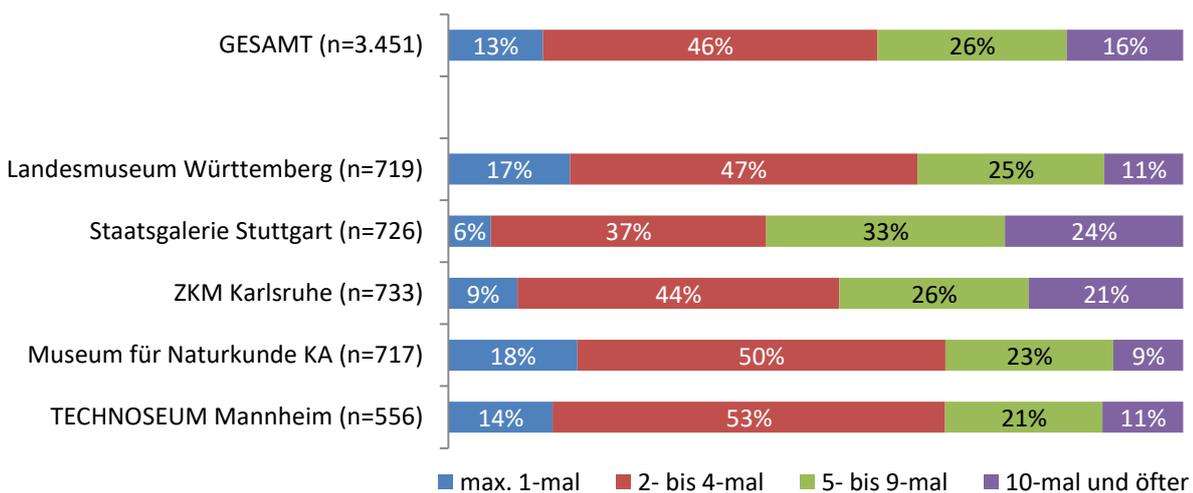
¹⁶⁰ *Im TECHNOSEUM wurden neben dem übrigen Baden-Württemberg auch die angrenzenden Bundesländer Rheinland-Pfalz (10%, 56 Befragte) und Hessen (11%, 60 Befragte) außerhalb vom Nahbereich separat abgefragt. Diese wurden hier aus Vergleichsgründen zusammengefasst zu „andere Bundesländer“.

Zusätzliche Korrelationen:

- nach Alter: geringes monatliches Haushaltsnettoeinkommen bis 1000 Euro geben mehrheitlich die jüngsten Befragten an (bis 20 Jahre 64% und 21-30 Jahre 40%), bei dieser Frage ist ein deutlicher Zusammenhang nach Alter vorhanden; Haushaltseinkommen über 4000 Euro wird überdurchschnittlich oft in mittleren Altersgruppen zwischen 31 und 60 genannt (29%-34%)
- nach Bildungsabschluss: Einkommen über 4000 Euro nannten am ehesten Befragte mit Studium (30%), bei den übrigen Befragten nur 15%
- nach Wohnort: höheres Einkommen über 4000 Euro gaben am ehesten Besucher aus dem Ausland an (31%), demgegenüber Besucher aus der Stadt des Museums nur zu 21%

Allgemeine Museumsbesuchshäufigkeit der befragten Besucher:

Abb. C5 6: Wie oft im Jahr besuchen Sie allgemein Museen und Ausstellungen?
(gesamt und nach Museen unterschieden)

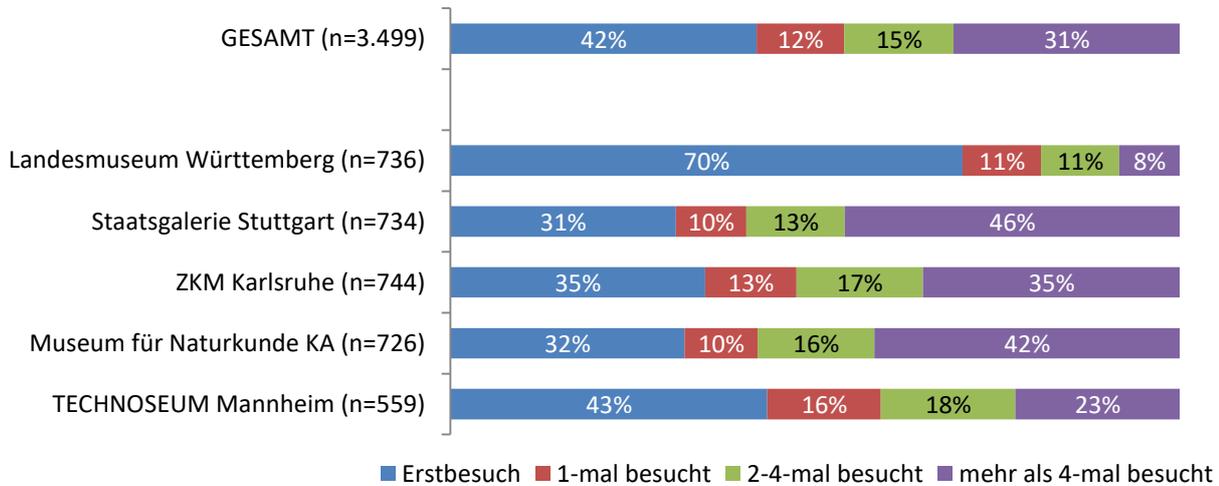


Zusätzliche Korrelationen:

- nach Alter: die Museumsbesuchshäufigkeit steigt mit dem Alter an, 10-mal und öfter in Museen gehen 25% der über 60-Jährigen, im Vergleich zu nur 12% der 21- bis 30-Jährigen
- nach Bildungsabschluss: häufige Museumsbesuche tätigen am ehesten Befragte mit Studium (19% von diesen 10-mal und öfter, gegenüber 6% mit Hauptschulabschluss)
- nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Befragte mit höherem Einkommen gehen vergleichsweise öfter in Museen (21% mit über 4000 € Einkommen 10-mal und öfter) als Befragte mit niedrigerem Einkommen (14% bis 1000 €), dies hängt auch mit Unterschieden nach Alter und Bildungsabschlüssen zusammen

Anteile von Erst-/Wiederholungsbesuchern unter befragten Besuchern:

**Abb. C5 7: Sind Sie heute zum ersten Mal im Museum?
(gesamt und nach Museen unterschieden)**



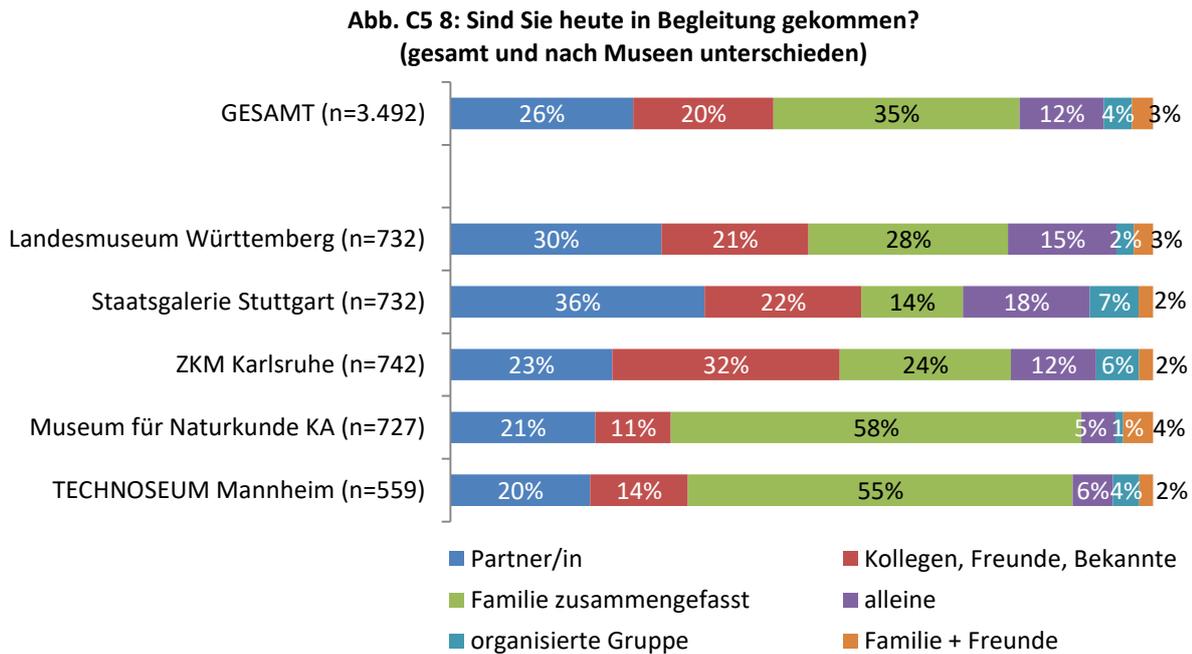
Zusätzliche Korrelationen:¹⁶¹

- nach Alter: Erstbesucher finden sich häufiger in jüngeren Altersgruppen (55% der 21- bis 30-Jährigen sind Erstbesucher), mit zunehmendem Alter steigt der Anteil bisheriger Besuche im jeweiligen Museum
- nach Wohnort: erwartungsgemäß sind Erstbesucher besonders unter Besuchern aus dem Ausland (87%), gefolgt von Befragten aus anderen Bundesländern (68%); unter Besuchern aus der Stadt des Museums sind nur 22% Erstbesucher

¹⁶¹ Im LMW im Alten Schloss wurde zusätzlich erfragt, ob die Wiederholungsbesucher den letzten Besuch schon im Jahr 2018 mit freiem Eintritt unternahmen: 27% der Wiederholungsbesucher waren 2018 zum letzten Mal im LMW (58 Befragte), die übrigen schon vor 2018.

Im ZKM wurde erhoben, ob die Befragten bereits vor dem aktuellen Besuch in „Open Codes“ waren: Eine Mehrheit besuchte die Ausstellung zum 1. Mal (72%), noch 195 Personen hatten „Open Codes“ bereits besucht.

Besuchsbegleitung der befragten Besucher:¹⁶²



Zusätzliche Korrelationen:

- nach Alter: Familienbesucher finden sich erwartungsgemäß am häufigsten in den Altersgruppen 41 bis 50 Jahre (59%), gefolgt von 31-40 Jahre (47%) – hier haben auch die meisten Befragten Kinder bis 18 Jahre;
Besuche mit Kollegen, Freunden, Bekannten erfolgen am häufigsten in jüngerem Alter (33% bis 30 Jahre, Schnitt 20%);
mit dem Partner kommen vor allem ältere Besucher (41% 61-70 Jahre), ohne Begleitung auch am ehesten ältere (17% über 60 Jahre)
- nach Wohnort: Familienbesucher sind am häufigsten aus dem Umkreis des Museums (45%) und dem übrigen Baden-Württemberg (41%); Besucher aus weiterer Entfernung sind oft in Begleitung von Freunden/Kollegen oder dem Partner
- nach allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit: insbesondere unter Besuchern ohne Begleitung sind viele allgemein häufige Museumsgänger, weniger unter Familien und Besuchern mit Freunden/Kollegen

¹⁶² Bei Begleitung zu berücksichtigen: große Gruppen und Schulklassen wurden nicht befragt;

Familie gesamt = 13% mit Kindern/Jugendlichen unter 18 Jahren, 12% mit erwachsenen Familienangehörigen, 10% mit Partner/ Kindern/ erwachsenen Angehörigen

5.2.2 Wie viele Besucher kommen wegen des freien Eintritts?

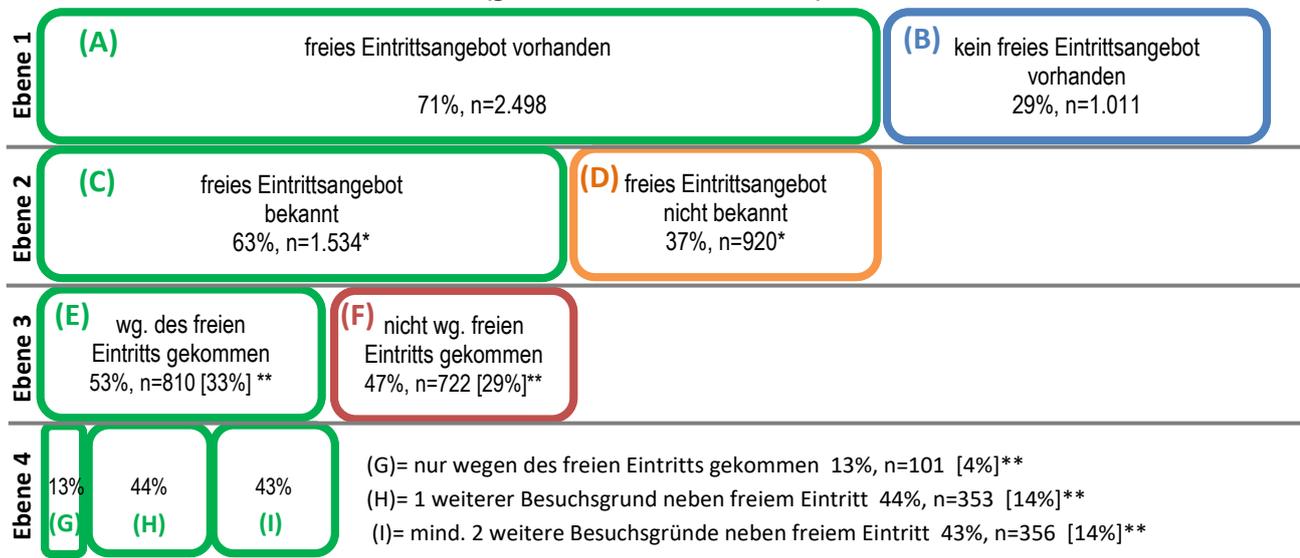
Fragen im Fragebogen: Warum sind Sie heute vor allem hier im Museum?

War Ihnen der freie Eintritt schon vor dem heutigen Besuch bekannt?

Gesamtergebnis:

Ein besonderer Fokus der Befragung liegt auf denjenigen Besuchern, die ausdrücklich wegen des freien Eintrittsangebots ins Museum kamen. Um diese Befragten zu analysieren, gilt es, den Gesamtdatensatz entsprechend zu teilen bzw. ausgewählte Gruppen von Befragten zu betrachten. Folgende Abbildung stellt diese Unterscheidungen, die auf mehreren Ebenen notwendig sind, schematisch dar. Die mit Großbuchstaben gekennzeichneten Gruppen bilden im Folgenden die jeweiligen Bezugspunkte und Stichprobengrößen der Fragestellungen.

Abb. C5 9: Übersicht über Bekanntheit des freien Eintritts und Nennung als Besuchsgrund (gesamt an allen fünf Museen)



*Da nicht alle Befragten durchgehend jede Frage beantwortet haben, kann n= in der nächsten Frage kleiner ausfallen. Hierdurch können sich auch beim Aufrunden von Dezimalstellen Abweichungen um 1% ergeben.

**Anteile auf alle Befragten an Tagen mit freiem Eintritt gerechnet (A) in Ebene 1.

Ebene 1: **(A)** 71% der Befragten waren an Tagen mit freien Eintrittsangeboten in den Museen (2.498 Befragte), bei 29% gab es entsprechend keinen freien Eintritt (durchgehend im TECHNOSEUM). Diese Befragten **(B)** werden für die weitere Analyse des Besuchsgrunds weitgehend ausgeklammert. Die Tage mit freien Eintrittsangeboten betreffen vier Museen (LMW und ZKM durchgehend, SGS in Befragungsphase 1 mit Jubiläumsausstellung durchgehend und in Phase 2 mittwochs, SMNK freitagsnachmittags).

Ebene 2: Die Befragtengruppe **(A)** kann weiterhin danach aufgeteilt werden, ob **(C)** den Befragten das freie Eintrittsangebot bekannt war oder **(D)** unbekannt. Betrachtet werden für die weitere Analyse diejenigen Besucher, die vom freien Eintritt im jeweiligen Museum wussten. Von den 2.498 Befragten an Tagen mit

freiem Eintritt waren dies 63% (1.534 Befragte) (mehr zu Bekanntheit des freien Eintritts siehe Abschnitt 5.3.3).

Ebene 3: Gruppe (C) wird weiter unterschieden in die Befragten mit und ohne Besuchsgrund freier Eintritt: Gruppe (E) besteht aus 810 Befragten, welche freien Eintritt als Besuchsgrund nannten. Von den 1.534 Befragten mit Angebotskenntnis auf Ebene 2 sind dies 53% und damit etwas mehr als die Hälfte, die wegen des freien Eintritts gekommen sind.¹⁶³

Betrachtet man diesen Anteil von allen Tagen mit freiem Eintrittsangebot (Ebene 1) haben noch 33% von 2.498 Befragten den Besuchsgrund angeführt (siehe ** in Abb., inkl. nicht bekannt).¹⁶⁴ Welche übrigen Gründe für die anderen 722 Befragten der Gruppe (F) ausschlaggebend für den Besuch waren, wird untenstehend ausgeführt (siehe Abschnitt 5.4.1).

Ebene 4: Für Gruppe (G) war der freie Eintritt alleiniger Besuchsgrund. 101 Befragte bzw. 13% derjenigen, die wegen des freien Eintrittsangebots gekommen sind, nannten nur diesen Grund. Bezogen auf alle Befragten an Tagen mit freiem Eintritt (A) machen diese 101 Befragten 4% aus.

Für 709 Befragte (H)+(I) gab es neben dem freien Eintritt weitere Besuchsgründe: 44% nannten noch einen weiteren Besuchsgrund, 43% noch mindestens zwei weitere.

Hauptergebnisse:

- ➔ **Der Mehrheit der Besucher (63%) war das freie Eintrittsangebot vor dem Besuch bekannt.**
- ➔ **Von ihnen nannte etwas mehr als die Hälfte (53%) den freien Eintritt auch als Besuchsgrund.**
- ➔ **Von dieser Hälfte wiederum gaben 13% den freien Eintritt als alleinigen Besuchsgrund an.**

¹⁶³ Vorliegende Ergebnisse werden mit Besucherbefragungen an zwei anderen Museen mit freien Eintrittsangeboten verglichen (siehe auch Kapitel 2 Sekundäranalyse): Im **Museum Folkwang** in Essen erfolgte zwei Jahre nach Einführung des freien Eintritts in die Sammlung eine Befragung von 700 Besuchern. Dass der freie Eintritt ausschlaggebend für ihren Besuch war, sagten hier 49% der Sammlungsbesucher aus, womit das Ergebnis ähnlich wie vorliegend ausfiel (vgl. Museum Folkwang 2017, o.S.).

In einer Befragung im **Potsdam Museum** während einer dreimonatigen Testphase zu freiem Eintritt im Jahr 2018 lag dieser Anteil darunter: Noch ein Drittel nannte hier freien Eintritt als Besuchsgrund (vgl. Oelschläger 2018, o.S.).

Allerdings ist für die Vergleichsstudien nicht bekannt, ob die Frage nur an Personen mit Kenntnis des freien Eintrittsangebots gerichtet wurde, in welchem Wortlaut der Besuchsgrund abgefragt wurde und ob auch andere Gründe erhoben wurden.

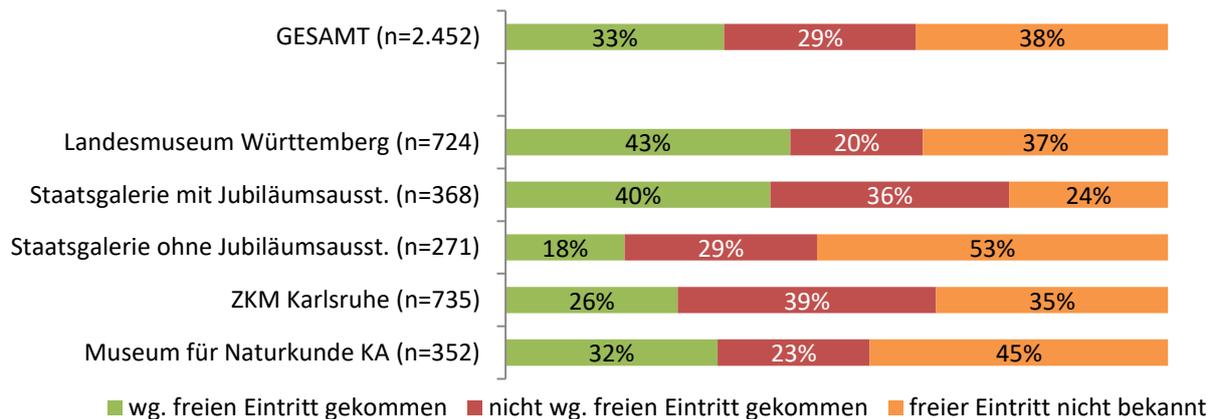
¹⁶⁴ Neben freiem Eintritt konnten Besuchsgründe aus acht bis zehn weiteren Antwortmöglichkeiten (je nach Angebot im jeweiligen Museum) genannt werden, darunter Mehrfachnennungen.

Nach Museen unterschieden:

An den vier betreffenden Museen (ohne TECHNOSEUM) kam es zu unterschiedlichen Ergebnissen, wie häufig der freie Eintritt als Besuchsgrund genannt wurde. Die erste nachstehende Abbildung stellt die Verteilung für alle Tage mit freiem Eintrittsangebot dar (auf Ebene 2 - E, F, D, d.h. inkl. Nicht-Kenner des Angebots). Die zweite Abbildung bezieht sich nur auf Kenner des Angebots (Ebene 3 - E, F).

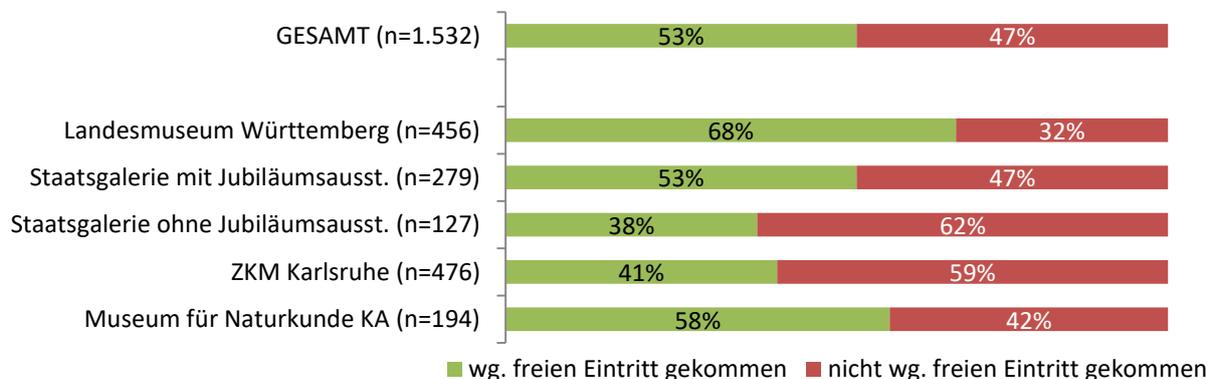
Ebene 2:

Abb. C5 10: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt, wenn freies Eintrittsangebot vorhanden war (gesamt und nach Museen unterschieden)



Ebene 3:

Abb. C5 11: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt, wenn freies Eintrittsangebot auch bekannt war (gesamt und nach Museen unterschieden)



- Im **LMW**, dessen Schausammlungen im Alten Schloss in 2018 durchgehend eintrittsfrei besucht werden konnten, war der freie Eintritt am häufigsten Besuchsgrund (68% der Kenner = Ebene 3, inkl. Nicht-Kenner 43% = Ebene 2).
- Gefolgt wurde dies vom **SMNK**: freier Eintritt Besuchsgrund für 58% der Kenner, inkl. Nicht-Kenner 32% an allen Tagen mit freiem Eintritt. Hier ist zu berücksichtigen, dass es nicht so viele Befragungstage mit freiem Eintritt gab wie in den anderen Museen (nur freitagnachmittags) und die Bekanntheit des Angebots geringer war (55% bekannt, an den anderen Museen bis zu 76% Bekanntheit).

- In der **SGS** unterschied sich die Bedeutung des freien Eintritts nach Befragungsphasen.¹⁶⁵
In der Phase mit kostenfreier Jubiläumsausstellung war der freie Eintritt Besuchsgrund für mehr Besucher als in der nachfolgenden Phase nur mit dem eintrittsfreien Mittwoch: 53% kamen während der Jubiläumsausstellung wegen des freien Eintritts (inkl. Nicht-Kenner 40%, in der SGS wussten die meisten Befragten vom freien Eintritt).
In der zweiten Phase nach der Jubiläumsausstellung nannten den freien Eintritt als Besuchsgrund noch 38%, was insgesamt den niedrigsten Wert an den Museen darstellt (inkl. Nicht-Kenner 18%, hier wussten auch 53% nichts vom Angebot).
- Im **ZKM** gaben noch 41% an, wegen des freien Eintritts zu kommen (inkl. Nicht-Kenner 26%). Dies ist die geringste Ausprägung neben der zweiten Befragungsphase in der SGS.
Welche anderen Besuchsgründe an den Museen konkret eine Rolle spielten, wird untenstehend genauer analysiert (siehe Abschnitt 5.4.1). Dort wird deutlich, dass im ZKM v.a. die Antwortmöglichkeit „Open Codes“ – und damit die kostenfrei zu besuchende Ausstellung – als Besuchsgrund genannt wurde, diese Antworten also nicht isoliert voneinander zu betrachten sind.

- ➔ **Unterschiede nach Museen: Freier Eintritt war am wichtigsten für Besucher des Landesmuseums Württemberg (für 68% wichtigster Besuchsgrund).**
- ➔ **Im Museum für Naturkunde Karlsruhe wussten 45% nichts vom freien Eintrittsangebot. Für die 55%, denen der freie Eintritt bekannt war, war er aber ein wichtiger Besuchsgrund (58%).**
- ➔ **In der Staatsgalerie Stuttgart war der freie Eintritt in die Jubiläumsausstellung häufiger ausschlaggebend als an eintrittsfreien Mittwochen.**
- ➔ **Es zeigten sich Differenzen in der Bedeutung des Besuchsgrunds danach, ob durchgehend freier Eintritt angeboten wurde, bei Sonderausstellungen oder an einzelnen Tagen.**

¹⁶⁵ In der SGS werden in der Auswertung die Ergebnisse nach den zwei Befragungsphasen mit/ohne kostenfreie Jubiläumsausstellung unterschieden, wenn diesbezüglich Abweichungen bestehen.

Über beide Befragungsphasen gemittelt, kamen in die SGS 48% wegen des freien Eintritts (Ebene 3), 38% war das Angebot unbekannt (Ebene 2).

5.2.3 Wie viele Besucher wären auch bei Eintrittspreisen gekommen?

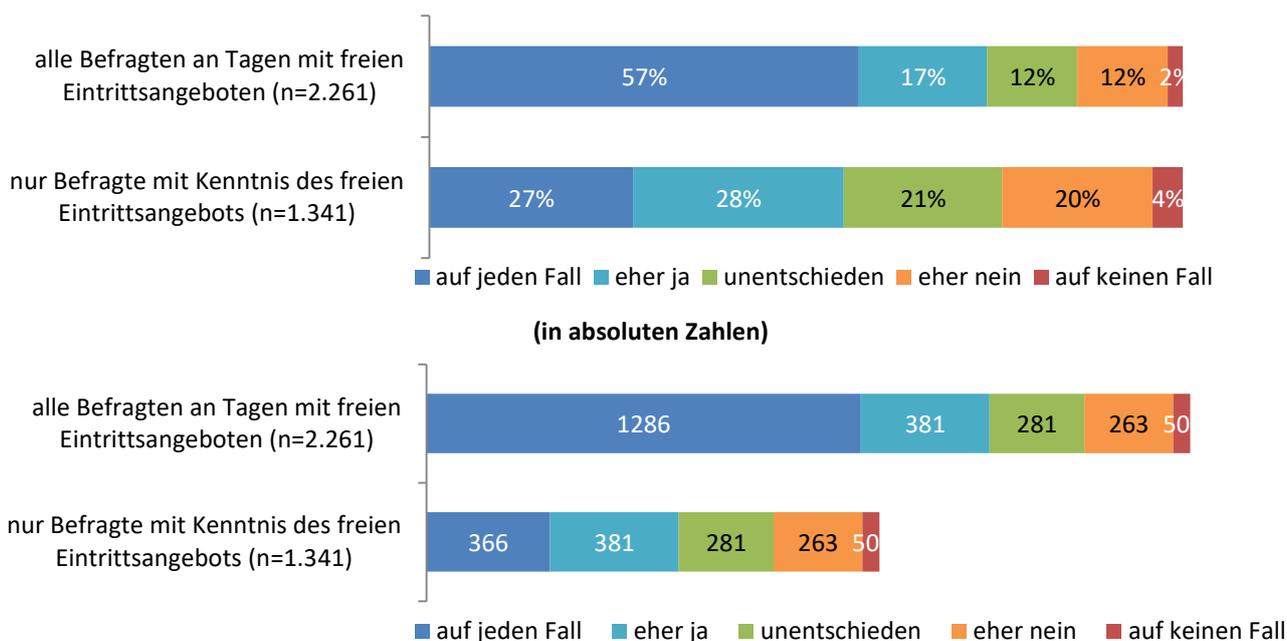
Frage im Fragebogen: Wären Sie auch gekommen, wenn es Eintritt gekostet hätte?

Gesamtergebnis:

An Tagen mit freien Eintrittsangeboten waren diese Angebote 63% der Befragten bekannt. Wenn dies der Fall war, wurden die Besucher gefragt, ob sie auch ohne freien Eintritt ins Museum gekommen wären (entspricht Ebene 3 in obenstehender Abb. C5 9). Ergänzt wurde in der Frage die Information, was der reguläre und ermäßigte Museumseintritt gekostet hätte.

Befragte, die nichts vom freien Eintritt wussten und dennoch ins Museum kamen, wurde diese Frage nicht gestellt. Diese können bei der Antwort „wäre auf jeden Fall auch gekommen, wenn es Eintritt gekostet hätte“ hinzugerechnet werden. Folgende Abbildung stellt diese Verteilung dar, neben dem Ergebnis nur für diejenigen mit Angebotskenntnis, dabei werden zur besseren Veranschaulichung die Verhältnisse zudem in absoluten Zahlen abgebildet.

Abb. C5 12: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte? (in %)



Betrachtet man nur Befragte mit Kenntnis des freien Eintritts, sagten etwas mehr Befragte aus, dass sie auch ohne freien Eintritt ins Museum gekommen wären (27% auf jeden Fall und 28% eher ja = zusammen 55%). Zu beachten ist, dass dies eine hypothetische Abfrage darstellt. Neben unentschiedenen Befragten wäre ein Viertel sonst (eher) nicht gekommen (4% auf keinen Fall und 20% eher nein = zusammen 24%).¹⁶⁶ Die Werte von „auf jeden Fall trotzdem gekommen“, steigen entsprechend, wenn man die übrigen Befragten dazurechnet, auf 57%.

¹⁶⁶ Auch in der Befragung im **Potsdam Museum** sagte die deutliche Mehrheit von mehr als drei Vierteln der Besucher der kostenfreien Dauerausstellung aus, dass sie bereit wären, Eintritt für die Dauerausstellung zu zahlen (vgl. Oelschläger 2018, o.S.).

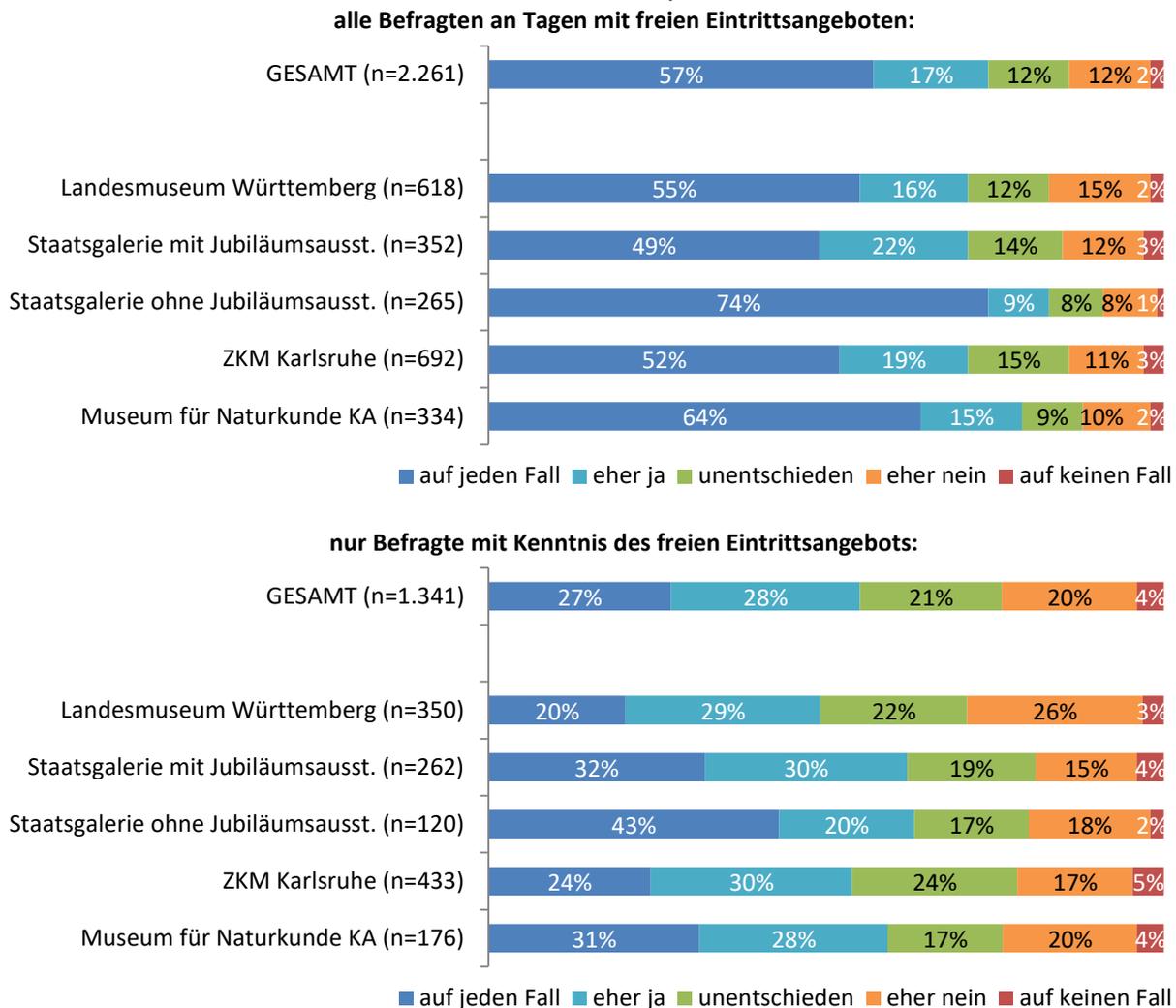
→ **55% der Befragten mit Angebotskenntnis wären wahrscheinlich auch ins Museum gekommen, wenn es Eintritt gekostet hätte (auf jeden Fall/eher ja).**

→ **Demgegenüber war der Anteil derjenigen, die bei Eintrittspreisen den Besuch wahrscheinlich nicht unternommen hätten, deutlich kleiner (24%, davon nur 4% auf keinen Fall).**

Nach Museen unterschieden:

Beim Vergleich der Museen ist die unterschiedlich große Bekanntheit des freien Eintritts und damit der antwortenden Besucher zu beachten.

Abb. C5 13: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte? (gesamt und nach Museen unterschieden)



- Betrachtet man nur Befragte mit Kenntnis des freien Eintritts, wären im **LMW** (Altes Schloss) Eintrittspreise am ehesten eine Besuchsbarriere gewesen: 29% wären bei Eintritt (wahrscheinlich) nicht gekommen (26% eher nein und 4% auf keinen Fall, 22% waren unentschieden). Im LMW war der freie Eintritt auch am häufigsten der Besuchsgrund.
- Gefolgt wird dies von den Befragten im **SMNK** (24% bei Eintritt eher nicht und auf keinen Fall gekommen), diesen stehen aber gleichzeitig hohe Anteile von Befragten gegenüber, die trotzdem gekommen wären (59% auf jeden Fall und eher ja).
- Im **ZKM** hätten 22% (eher) nicht den Besuch unternommen, 54% wären wahrscheinlich auch bei Eintritt gekommen.
- Vergleichsweise am wenigsten war der Eintritt eine Barriere in der **SGS** (eher nicht/auf keinen Fall gekommen 19% bzw. 20% in den beiden Befragungsphasen). Vor allem in der Phase ohne Jubiläumsausstellung wären 63% dennoch gekommen (auf jeden Fall/eher ja).¹⁶⁷

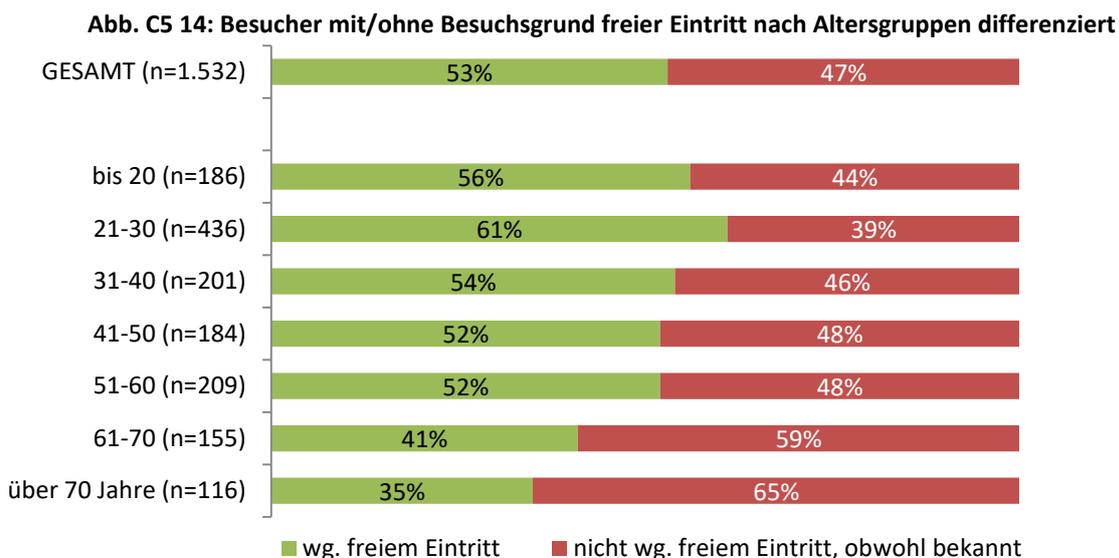
- ➔ **Auch wenn es Eintritt gekostet hätte, wären die Befragten tendenziell trotzdem gekommen (gilt für alle fünf Museen).**
- ➔ **Der Anteil derer, die bei Eintrittspreisen eher nicht gekommen wären, war im Landesmuseum Württemberg am größten (29% eher nein/auf keinen Fall, gegenüber 49% eher ja/auf jeden Fall).**
- ➔ **Am wenigsten wäre der Eintrittspreis in der Staatsgalerie Stuttgart eine Barriere gewesen (noch 19% eher nein/auf keinen Fall gekommen).**

¹⁶⁷ SGS über beide Befragungsphasen gemittelt: 36% auf jeden Fall, 27% eher ja, 18% unentschieden, 16% eher nein, 3% auf keinen Fall

5.2.4 Welche Besuchergruppen nennen den Besuchsgrund freier Eintritt und welche wären ohne freien Eintritt nicht gekommen?

Bei den folgenden Differenzierungen nach Besucherstrukturen werden signifikante¹⁶⁸ Unterschiede dargestellt, außer es wird anders vermerkt. Zwischen verschiedenen Gruppen von Befragten konnten zum Teil deutliche Unterschiede ermittelt werden, für wen der freie Eintritt als Besuchsgrund wichtiger war.

Kommen jüngere Besucher wegen des freien Eintritts?



Der Besuchsgrund freier Eintritt wurde eher von jüngeren Besuchern angegeben, vor allem in der Altersgruppe 21 bis 30 Jahre (61%, Durchschnitt 53%). Von älteren Besuchern wurde dieser Grund seltener genannt. Insbesondere Befragte im Rentenalter ab 65 Jahre kamen deutlich seltener wegen des freien Eintritts.^{169 170}

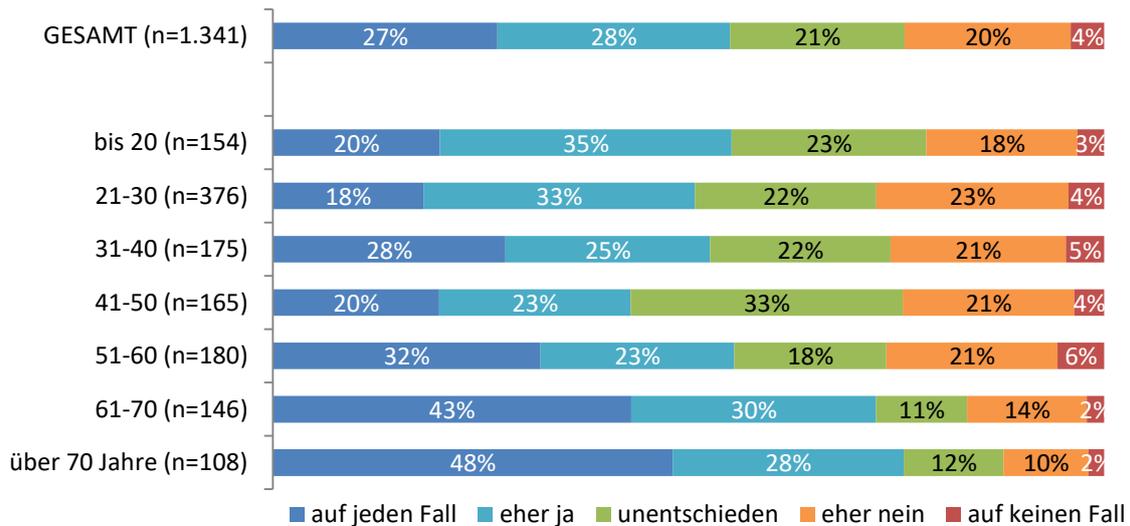
Dass es im Museum ein freies Eintrittsangebot gibt, wussten ebenfalls eher jüngere Besucher bis 30 Jahre. An den einzelnen Museen zeigte sich dieser Altersunterschied am deutlichsten im LMW (Besuchsgrund für 78% der 21- bis 30-Jährigen) und in der SGS (67%).

¹⁶⁸ Für die Ermittlung signifikanter, d.h. statistisch nachweisbarer, Zusammenhänge zwischen mehreren Variablen, wurden Kreuztabellen berechnet und Signifikanztests durchgeführt. Der Chi-Quadrat-Test nach Pearson ermittelt die Wahrscheinlichkeit, dass sich ergebende Differenzen ein nicht-zufälliges (signifikantes) Ergebnis beinhalten.

¹⁶⁹ Differenziert man die Altersgruppen nach jungen, meist Studierenden, bis 30 Jahre, daneben Berufstätigen zwischen 31 und 65 Jahren sowie Rentnern ab 65 Jahren wird der Unterschied besonders deutlich: 60% bis 30 Jahre, 52% zwischen 31 und 65 und nur noch 35% der Rentner ab 65 Jahre nannten den Besuchsgrund.

¹⁷⁰ Die Befragung im **Museum Folkwang** ergab einen Besucheranteil von 31% im Alter 16 bis 49 Jahre, d.h. auf über 49-Jährige entfielen 69%. Damit waren ältere Besucher dort deutlich häufiger vertreten als in den vorliegend untersuchten Museen: In der SGS mit dem durchschnittlich ältesten Publikum waren noch 52% über 50 Jahre, im TECHNOSEUM (ohne freien Eintritt) 34%.

Im Museum Folkwang gab in der jüngsten Altersgruppe bis 34 Jahre knapp die Hälfte an, ausschließlich wegen des freien Eintritts ins Museum zu kommen (46%). Vorliegend war dies ein noch höherer Anteil. (Vgl. Museum Folkwang 2017, o.S.).

Abb. C5 15: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte? nach Altersgruppen unterschieden

Die Antworten, ob die Besucher auch gekommen wären, wenn es Eintritt gekostet hätte, unterscheiden sich ebenfalls entsprechend nach Alter: Insbesondere Befragte ab 60 Jahre gaben mehrheitlich an auch bei Eintrittskosten zu kommen (über 70 Jahre 48% auf jeden Fall und 28% eher ja = 76%). Die Bereitschaft Eintritt zu zahlen steigt durchgehend mit dem Alter an, bis auf die Altersgruppe der 41-bis 50-Jährigen (möglicherweise die Familienbesucher im Publikum).

- ➔ **Je jünger die Besucher, desto häufiger nannten sie freien Eintritt als Besuchsgrund.**
- ➔ **Je älter die Befragten, desto wahrscheinlicher kommen sie auch bei Eintrittspreisen ins Museum.**

Kommen Personen mit niedrigeren Bildungsabschlüssen wegen des freien Eintritts?

Die Unterschiede nach Bildungsabschlüssen der Besucher sind hinsichtlich des Besuchsgrunds freier Eintritt nicht signifikant, auch nicht an einzelnen Museen.¹⁷¹ Dies kann damit zusammenhängen, dass die deutliche Mehrheit der Befragten über einen Hochschulabschluss verfügt (62%).¹⁷²

Ob sich an Museen mit freien Eintrittsangeboten die Publikumsstruktur gegenüber früheren Besucherbefragungen zu Zeiten ohne freien Eintritt verändert hat, führt Kapitel 6 auf.

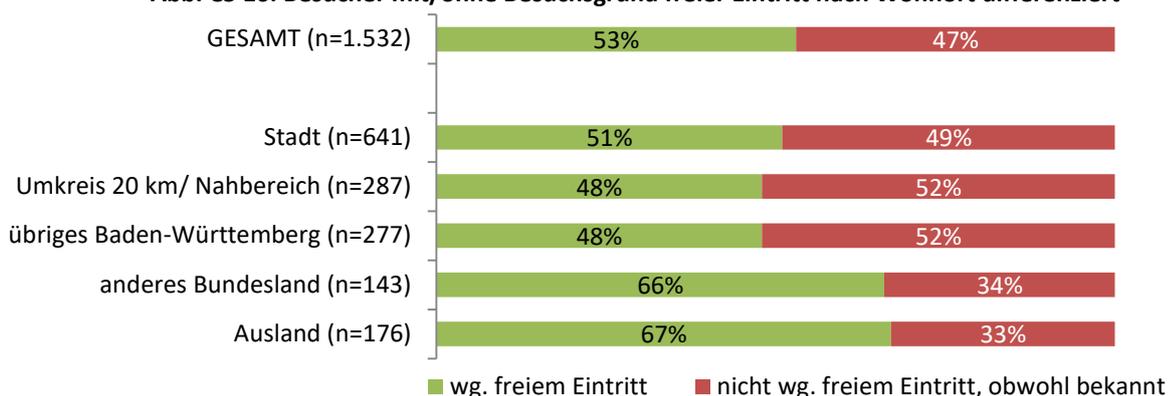
- ➔ **Unterschiede in den Bildungsabschlüssen haben keine signifikante Bedeutung, u.a. auch weil insgesamt die Mehrheit der Befragten (62%) über einen Hochschulabschluss verfügt.**

¹⁷¹ Weiterhin sind die Korrelationen nach Geschlecht der Befragten (insgesamt 54% Frauen unter den Befragten) sowie Befragten mit/ohne Kinder bis 18 Jahre (insgesamt 75% ohne Kinder bis 18 Jahre) hier nicht signifikant.

¹⁷² Auch in den beiden Vergleichsbefragungen war keine entscheidenden Veränderung des Bildungsniveaus im Publikum festzustellen: So waren im **Museum Folkwang** weiterhin über 80% akademisch gebildete Besucher anzutreffen (vgl. RFH Köln 2017, o.S.; Oelschläger 2018, o.S.).

Kommen lokale oder überregionale Besucher wegen des freien Eintritts?

Abb. C5 16: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach Wohnort differenziert

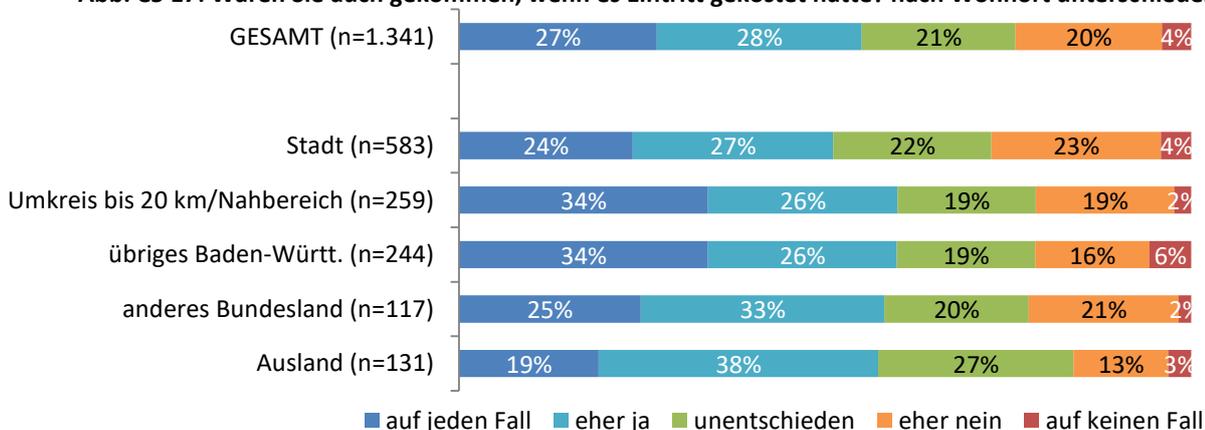


Freier Eintritt wurde überdurchschnittlich häufig von Besuchern aus weiterer Entfernung als ausschlaggebend für den Besuch genannt (67% aus dem Ausland, 66% aus anderen Bundesländern) als von Besuchern aus dem Nahbereich.

Vorausgesetzt war die Bekanntheit des Angebots, welche wiederum unter den Besuchern aus weiterer Entfernung am niedrigsten war (Angebot 43% aus Ausland bekannt, 70% aus Stadt).

An den einzelnen Museen ist dieser Unterschied nicht signifikant. Es besteht die Tendenz, dass ausländische Besucher vor allem ins LMW (Altes Schloss) wegen des freien Eintritts kamen (hier waren auch 33% aus dem Ausland, in den anderen Museen zwischen 3% und 15%).

Abb. C5 17: Wären Sie auch gekommen, wenn es Eintritt gekostet hätte? nach Wohnort unterschieden

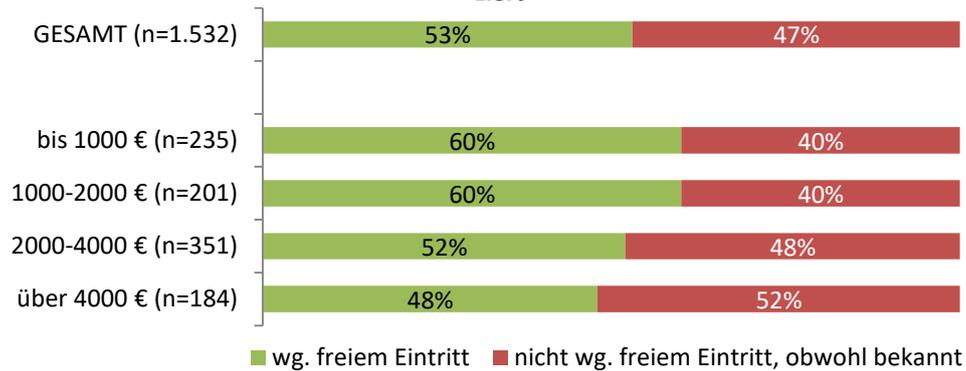


Lokale Besucher aus der Stadt des Museums neigten am ehesten dazu Eintrittskosten als Barriere für den Besuch zu sehen (27% eher nein/auf keinen Fall). Besucher aus dem Ausland sagten dies seltener (16%), obwohl für diese der freie Eintritt oft ein Besuchsgrund war.

- ➔ Von den Besuchern, die vom freien Eintrittsangebot wussten, nannten Besucher aus weiterer Entfernung den freien Eintritt häufiger als Besuchsgrund als diejenigen aus dem Nahbereich.
- ➔ Für lokales Publikum war der Eintrittspreis aber eine etwas größere Barriere als für Auswärtige.

Kommen Personen mit geringerem Einkommen wegen des freien Eintritts?

Abb. C5 18: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen differenziert



Befragte mit niedrigerem Einkommen nannten leicht überdurchschnittlich den Besuchsgrund freier Eintritt (60% mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen bis 2000 Euro, gegenüber 48% mit einem Einkommen von über 4000 Euro). Zu berücksichtigen ist hierbei, dass 1.330 Befragte (38%) keine Angabe zu ihrem Einkommen machten. Zudem befinden sich unter Geringverdienern viele Studierende bis 30 Jahre (75% der Geringverdiener sind im Alter bis 30 Jahre, 21% 31-65 Jahre und nur 4% über 65 Jahre). Entsprechend ist hier auch der oben dargestellte Alterszusammenhang entscheidend.

Bei Befragten mit niedrigerem Einkommen war auch die Bekanntheit des freien Eintritts etwas höher (68% Angebot bekannt mit Einkommen bis 1000 Euro, 49% über 4000 Euro).

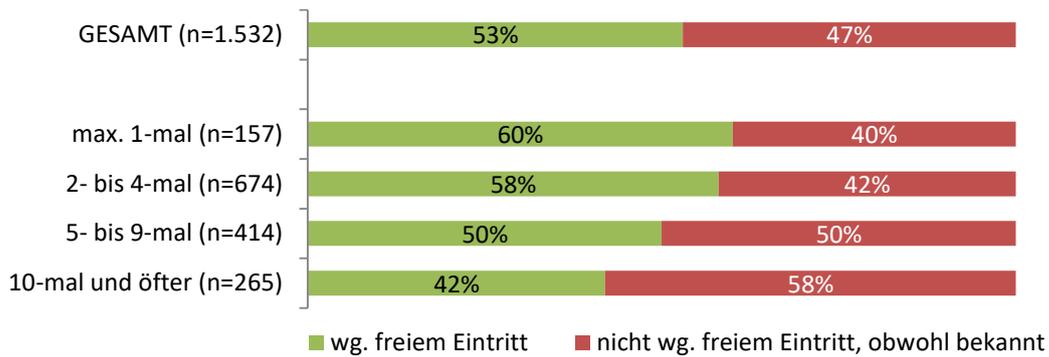
An den einzelnen Museen ist diese Differenz nicht signifikant.

Ebenfalls kein signifikanter Unterschied an den Museen besteht bei der Frage, ob die Besucher auch bei Eintrittskosten gekommen wären.

➔ **Geringverdiener nannten etwas eher den Besuchsgrund freier Eintritt (60%) als Personen mit höherem Einkommen (noch 48%).**

Kommen allgemein seltene Museumsbesucher wegen des freien Eintritts?

Abb. C5 19: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach jährlicher allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit differenziert

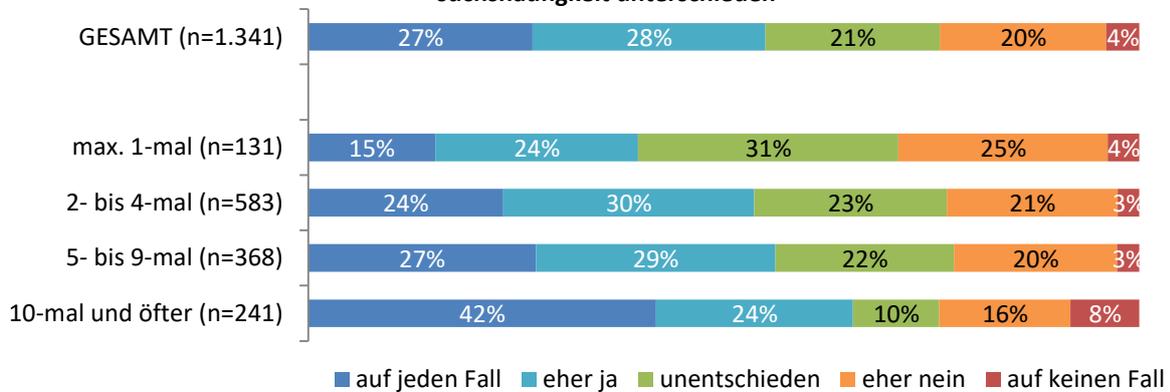


Befragte, die im Allgemeinen nur selten oder gelegentlich in Museen gehen (max. 1-mal/2- bis 4-mal jährlich), nannten den freien Eintritt etwas öfter als ausschlaggebend als häufige Museumsgänger (60% der seltenen Besucher, 42% der häufigen Besucher).

Die Bekanntheit des freien Eintrittsangebots war hingegen bei häufigeren Museumsbesuchern am meisten verbreitet.

An den einzelnen Museen sind diese Korrelationen nicht signifikant.

Abb. C5 20: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte? nach allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit unterschieden

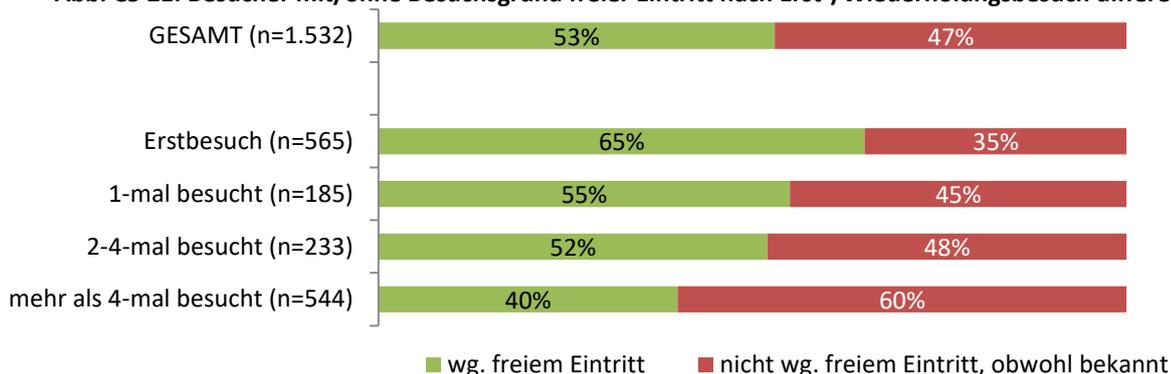


Befragte, die allgemein oft Museen besuchen, sagten deutlich öfter als seltene Museumsgänger, dass sie trotz Eintrittskosten gekommen wären (66% auf jeden Fall/eher ja, noch 39% bei). Es zeigte sich aber auch unter den häufigen Museumsgängern ein gewisser Anteil, der sonst auf keinen Fall den Besuch getätigt hätte (8% auf keinen Fall, im Schnitt 4%).

- ➔ **Befragte, die allgemein selten Museen besuchen, kamen häufiger wegen des freien Eintritts und wären tendenziell auch eher von Eintrittspreisen abgeschreckt.**
- ➔ **Allgemein häufige Museumsgänger hätten entsprechend am ehesten trotz Eintrittskosten den Besuch unternommen.**

Kommen Erst- oder Wiederholungsbesucher wegen des freien Eintritts?

Abb. C5 21: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt nach Erst-/Wiederholungsbesuch differenziert

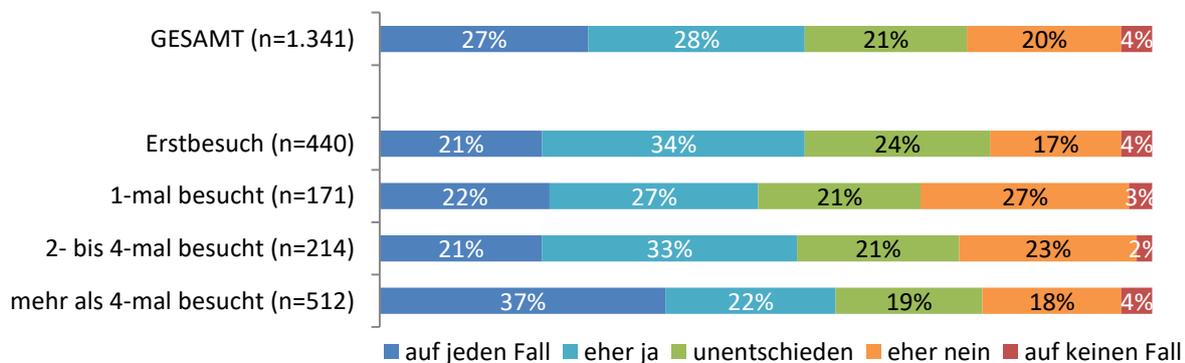


Der freie Eintritt war deutlich häufiger für Erstbesucher des jeweiligen Museums ein Besuchsgrund (65%), mit höherer Besuchsfrequenz nahm dessen Relevanz ab (noch 40% der Stammesbesucher mit mehr als vier Besuchen).

Vorausgesetzt ist die Bekanntheit des Angebots, welche unter Erstbesuchern am geringsten war (49% bekannt, 63% der Stammesbesucher).

An den einzelnen Museen zeigte sich besonders im LMW und der SGS die höhere Bedeutung des freien Eintritts für Erstbesucher (Besuchsgrund für 73% der Erstbesucher am LMW, für 63% in der SGS).¹⁷³

Abb. C5 22: Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte? nach Erst- und Wiederholungsbesuchern unterschieden



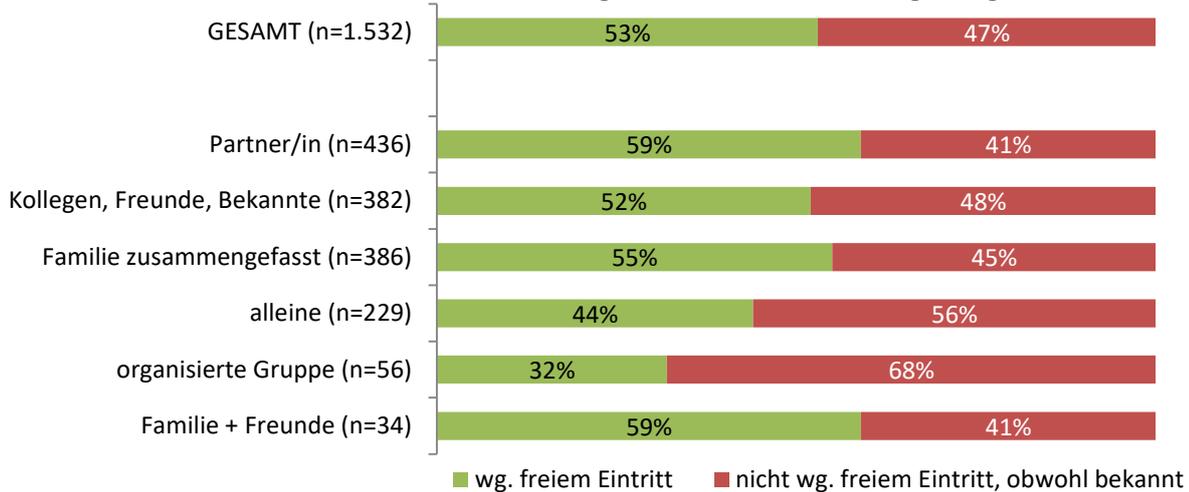
Ob sie auch bei Eintrittskosten das Museum besucht hätten, bestätigten entsprechend am häufigsten Stammesbesucher (v.a. auf jeden Fall gekommen 37%). Besucher mit einem bisherigen Besuch sagten am ehesten aus, sonst nicht zu kommen, bei Erstbesuchern war dieser Anteil nicht so ausgeprägt.

¹⁷³ Dass Erst- und Wiederholungsbesucheranteile auch sehr abhängig vom Standort der Museen und deren Einzugsgebiet sind, belegen die sich deutlich unterscheidenden Ergebnisse am Museum Folkwang und am Potsdam Museum: Während im **Potsdam Museum** bei freiem Eintritt 75% Erstbesucher waren, erreichte das **Museum Folkwang** noch 27% Erstbesucher – auch dieser Wert wird dort als hoch eingeordnet (vgl. Oelschläger 2018, o.S.; RFH Köln 2017, o.S.).

- ➔ Von den Besuchern, die vom freien Eintrittsangebot wussten, nannten Erstbesucher ihn deutlich häufiger als Besuchgrund als Stammbesucher.
- ➔ Stammbesucher wussten wiederum öfter vom freien Eintrittsangebot.
- ➔ Stammbesucher würden am ehesten auch bei Eintrittspreisen ins Museum kommen.

Kommen Familien wegen des freien Eintritts?

Abb. C5 23: Besucher mit/ohne Besuchgrund freier Eintritt nach Begleitung differenziert



Differenziert man die Nennung des freien Eintritts nach Besuchsbegleitung, wurde er etwas eher in Begleitung des Partners (59%) und von Familien (55%) genannt. Seltener war dies vor allem bei Einzelbesuchern (44%) (neben Gruppenbesuchern mit kleinen absoluten Zahlen).

An den einzelnen Museen sind diese Unterschiede nicht signifikant.

Ebenso gibt es keine signifikanten Abweichungen nach Begleitung bei der Frage, ob die Besucher auch ohne freien Eintritt gekommen wären.

- ➔ Besucher in Begleitung von Partner oder Familie nannten etwas eher den Besuchgrund freier Eintritt, aber die Begleitung scheint weniger ausschlaggebend.

5.3 Verändert der freie Eintritt das Besucherverhalten?

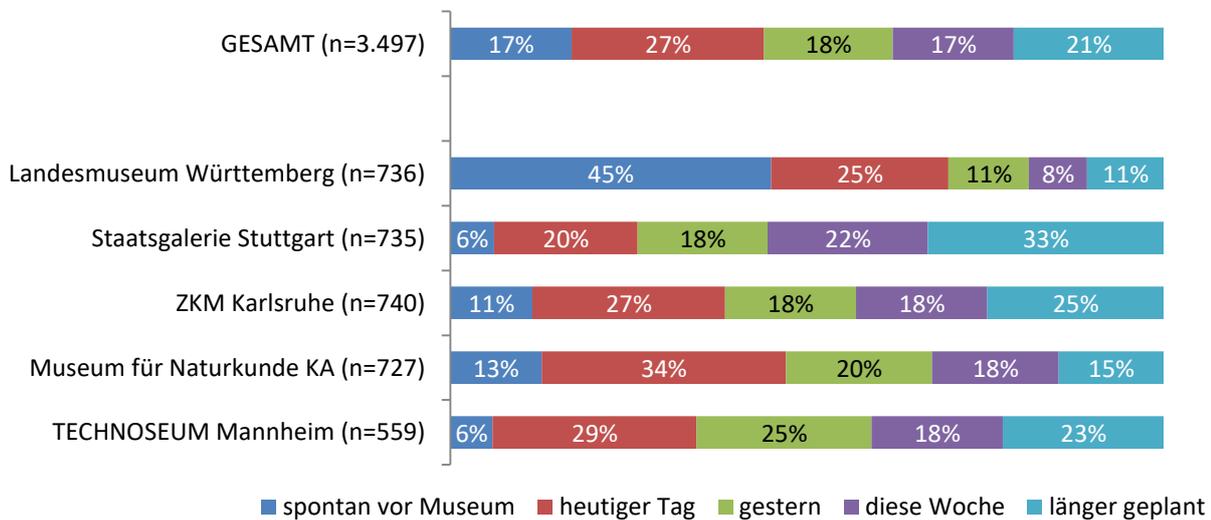
5.3.1 Wie verhalten sich die Besucher insgesamt in den Museen?

Fragen im Fragebogen: Zeitpunkt des Besuchsentschlusses, Aufenthaltsdauer, Sekundärausgaben, besichtigte Ausstellungen

Zu Beginn des Kapitels werden die Gesamtergebnisse zum Besucherverhalten dargelegt, bevor Unterschiede nach Besuchsgrund freier Eintritt differenziert werden.

Zeitpunkt des Besuchsentschlusses der befragten Besucher:

Abb. C5 24: Wann haben Sie den Entschluss für den Besuch gefasst?
(gesamt und nach Museen unterschieden)

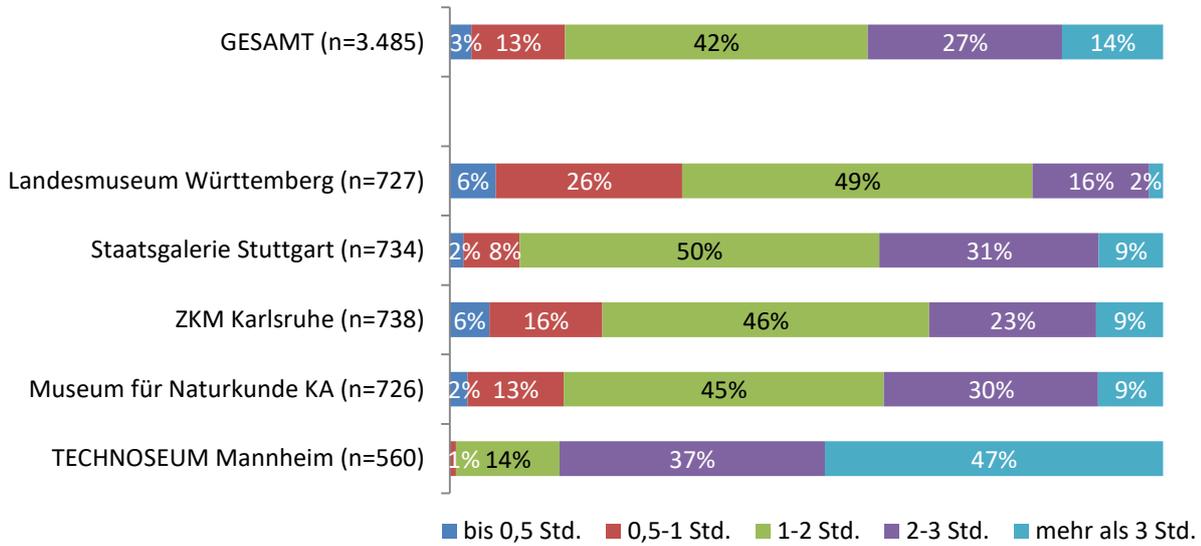


Ergänzende Korrelationen:

- nach Alter: jüngere Besucher, v.a. 21- bis 30-Jährige, besuchen die Museen am ehesten spontan, länger geplante Besuche nehmen mit dem Alter zu
- nach Wohnort: ausländische Besucher sind die häufigsten Spontanbesucher (v.a. im LMW im Alten Schloss); länger geplante Besuche erfolgen häufiger aus dem übrigen Baden-Württemberg und anderen Bundesländern
- nach Erst-/Wiederholungsbesuch: Erstbesuche erfolgen am häufigsten spontan (24%), nur 10% der Stammesbesucher kommen spontan ins Museum
- nach Begleitung: spontan Entschlüsse treffen vor allem Besucher ohne Begleitung oder mit dem Partner

Aufenthaltsdauer der befragten Besucher:

**Abb. C5 25: Wie lange waren Sie heute ungefähr im Museum?
(gesamt und nach Museen unterschieden)**

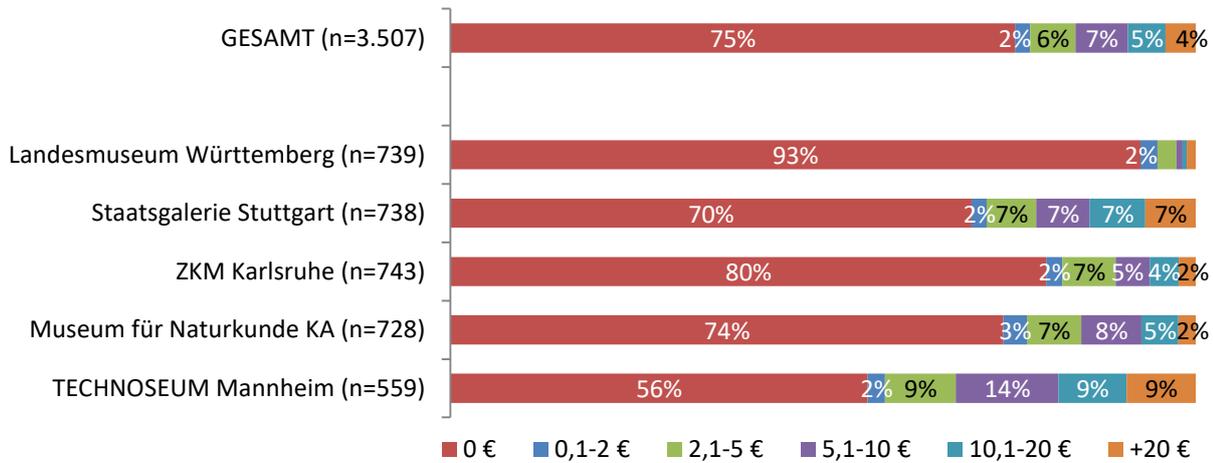


Ergänzende Korrelationen:

- nach Wohnort: Besucher aus dem Ausland halten sich durchschnittlich am kürzesten im Museum auf (23% bis 1 Stunde), länger v.a. Besucher aus anderen Bundesländern
- nach Begleitung: kurze Aufenthalte erfolgen am ehesten ohne Begleitung oder in Begleitung des Partners, längere mit der Familie
- nach Besuchsentschluss: entscheiden sich Besucher spontan, bleiben sie auch eher nur kurz im Museum (42% der Spontanbesucher bis 1 Std., nur 9% der länger geplanten bis 1 Std.)

Sekundärausgaben der befragten Besucher:

**Abb. C5 26: Wie viel haben Sie im Museum ausgegeben?
(gesamt und nach Museen unterschieden)**¹⁷⁴



Tab. C5 5 Durchschnittliche Ausgaben gesamt und nach Museen unterschieden

Museum	Ausgaben im Schnitt
Landesmuseum Württemberg	0,97 €
Staatsgalerie Stuttgart	5,14 €
ZKM Karlsruhe	2,24 €
Museum für Naturkunde Karlsruhe	2,52 €
TECHNOSEUM Mannheim	6 €
Gesamtschnitt	3,24 €

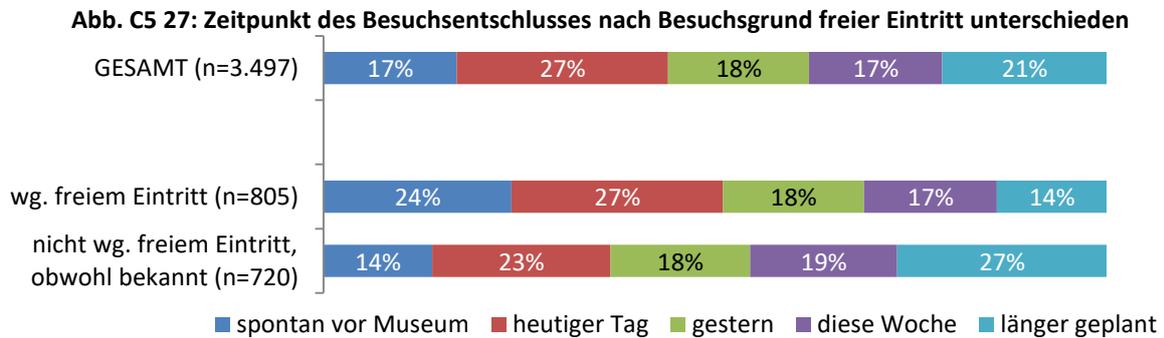
Ergänzende Korrelationen:

- nach Alter: jüngere Besucher geben am wenigsten etwas im Museum aus (14% der 21- bis 30-Jährigen), ab 40 Jahre wird dies etwas wahrscheinlicher (32%)
- nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Personen mit höherem Einkommen tätigen am ehesten Sekundärausgaben (30%, gegenüber 14% der Geringverdiener)
- nach allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit: je häufiger die Befragten generell in Museen gehen, desto eher geben sie im Museum etwas aus
- nach Besuchsentschluss: bei länger geplanten Besuchen wird eher etwas ausgegeben (33%) als bei spontanen
- nach Aufenthaltsdauer: wenn sich die Besucher länger im Museum aufhalten, haben sie am ehesten Ausgaben genannt

¹⁷⁴ Zu berücksichtigen ist dabei, dass die Fragebögen im LMW im Foyer des Alten Schlosses ausgeteilt wurden und Teile der Befragten erst nach dem Ausfüllen in den Museumsshop gegangen sein können. Ein gastronomisches Angebot war zum Befragungszeitpunkt nicht vorhanden.

5.3.2 Wie verhalten sich Besucher, die wegen des freien Eintritts kommen?

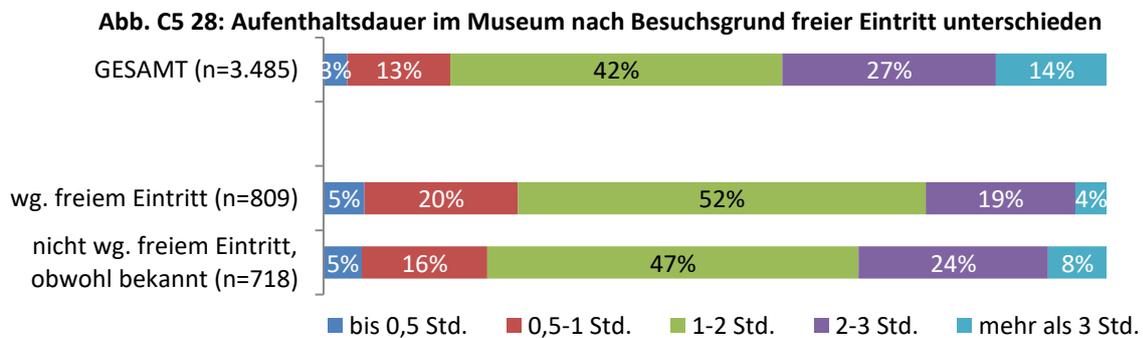
Ist freier Eintritt Anlass für Spontanbesuche?



Besucher die wegen des freien Eintritts kamen, entschieden sich häufiger spontan für den Besuch (24%) als diejenigen ohne den Besuchsgrund (14%). Diese planten den Aufenthalt eher längerfristig. Im LMW mit insgesamt den meisten Spontanbesuchern zeigte sich dies am deutlichsten (50% derjenigen die wegen des freien Eintritts kamen, entschieden sich spontan).

➔ **Freier Eintritt führte häufig zu spontaneren Besuchsentscheidungen.**

Halten sich Besucher, die wegen des freien Eintritts kommen, kürzer im Museum auf?



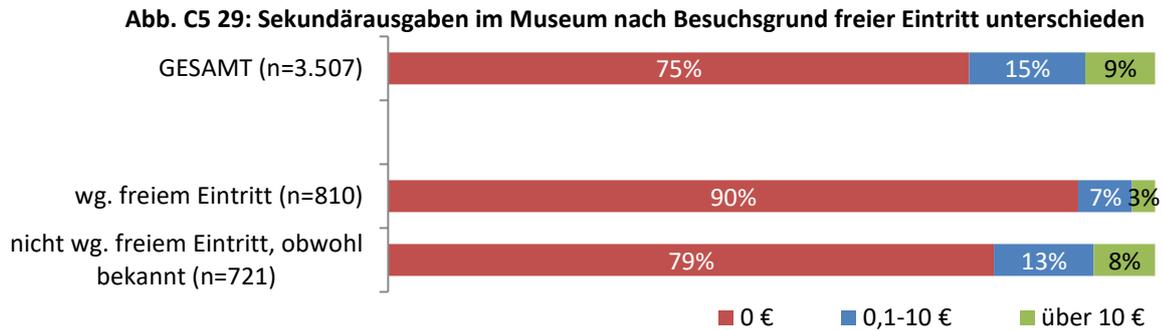
Die Aufenthaltsdauer im jeweiligen Museum unterschied sich zwischen Befragten mit und ohne Besuchsgrund freier Eintritt: Kamen Besucher wegen des freien Eintritts, verweilten sie durchschnittlich eher kürzer (noch 23% mehr als 2 Stunden), ohne diesen Besuchsgrund länger (32% mehr als 2 Stunden).¹⁷⁵

Hier differiert die jeweilige Aufenthaltsdauer generell zwischen den unterschiedlich großen Museen.

➔ **Freier Eintritt führte häufig dazu, dass sich Besucher kürzer im Museum aufhielten.**

¹⁷⁵ Kürzere Besuche bei freiem Eintritt stützt auch die Studie für das **Museum Folkwang**: 14% blieben dort weniger als eine Stunde, dieser Kurzbesucheranteil wird in der Studie als ausgeprägt eingeordnet (vgl. RFH Köln 2017, o.S.).

Werden von Besuchern, die wegen des freien Eintritts kommen, mehr sonstige Ausgaben im Museum getätigt?



Generell gaben die Befragten mehrheitlich nichts in den Museen aus. Diejenigen mit Besuchsgrund freier Eintritt waren dabei noch zurückhaltender, nur 10% von ihnen gaben etwas aus. Diesen standen 21% ohne den Besuchsgrund freier Eintritt gegenüber.¹⁷⁶

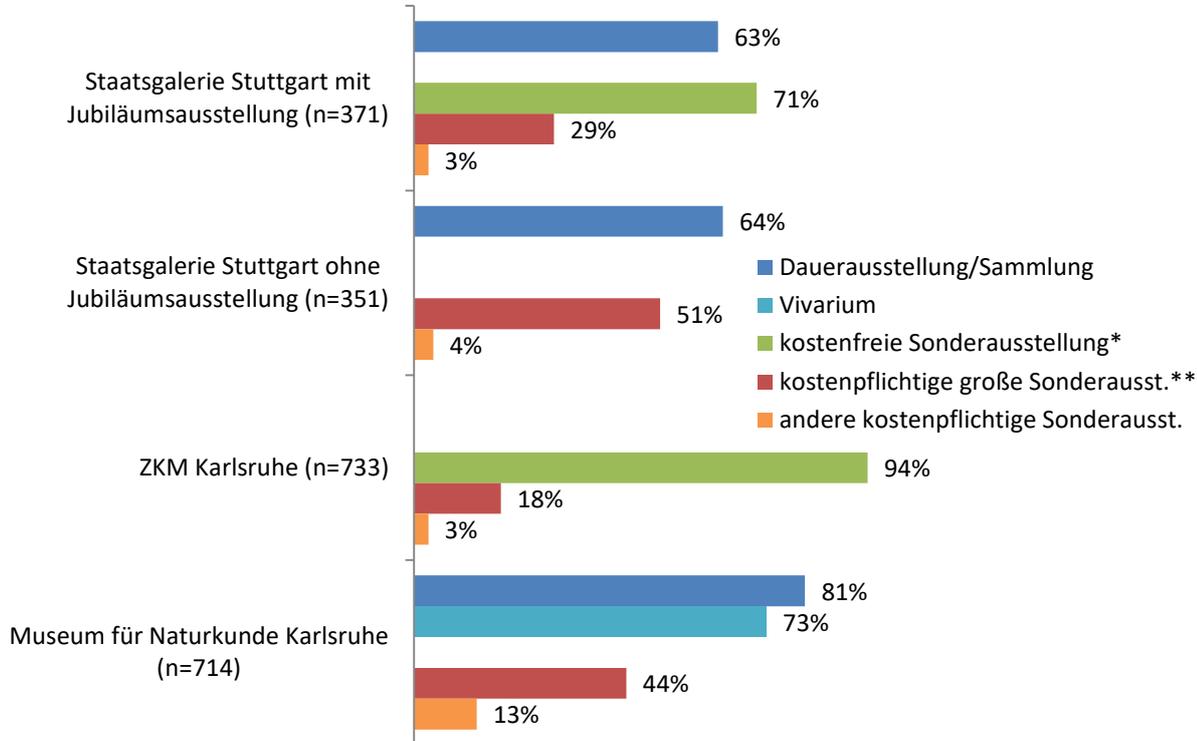
➔ **Besucher, die wegen des freien Eintritts kamen, gaben weniger im Museum aus.**

¹⁷⁶ Auch im **Museum Folkwang** konnte keine vermehrte Nutzung von Gastronomie oder Museumsshop bei freiem Eintritt ermittelt werden (vgl. RFH Köln 2017, o.S.). Ebenfalls belegen weitere Quellen in der Sekundäranalyse, dass keine Korrelation von freiem Eintritt mit Sekundärausgaben nachweisbar ist (vgl. Kapitel 2.2).

Sehen sich Besucher, die wegen des freien Eintritts kommen, auch andere kostenpflichtige Ausstellungen an?

In drei der Museen gab es im Befragungszeitraum neben eintrittsfrei zu besuchenden Ausstellungen auch kostenpflichtige Ausstellungen:

Abb. C5 30: Welche Ausstellungen haben Sie heute besichtigt?
(Mehrfachnennungen, nach Museen unterschieden)¹⁷⁷



*kostenfreie Sonderausstellung: Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“ (SGS)/ „Open Codes“ (ZKM)

**kostenpflichtige große Sonderausstellung: „Ernst Ludwig Kirchner“ (SGS)/ „Kunst in Bewegung“ (ZKM)/ Große Landesausstellung „Flusspferde am Oberrhein“ (SMNK)

- LMW: nicht abgefragt, da im Alten Schloss nur Schausammlung zu sehen im Befragungszeitraum

- TECHNOSEUM: nicht abgefragt, da nur Dauerausstellung zu sehen im Befragungszeitraum

- In der **SGS** besuchten in der ersten Befragungsphase mit der kostenfreien Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“ 29% der Befragten (auch) die kostenpflichtige Sonderausstellung „Ernst Ludwig Kirchner“. Häufiger war dies der Fall, wenn diese nicht wegen des freien Eintritts kamen (36%) als wegen des freien Eintritts (18%). Insgesamt wurde dort am häufigsten die kostenfreie Jubiläumsausstellung besichtigt (71%).

In Befragungsphase 2 nach der Jubiläumsausstellung sahen sich mittwochs, wenn die Sammlung eintrittsfrei war, noch 49% die kostenpflichtige Sonderausstellung an (gesamt an allen Befragungstagen 51%).

¹⁷⁷ Welche anderen Ausstellungen die Besucher besichtigten, findet sich im Anhang 5. In SGS ohne Jubiläumsausstellung und im SMNK wurde kein zusätzlicher Besuch einer kostenfreien Sonderausstellung abgefragt.

- Im **ZKM** besichtigten die Befragten noch zu 18% die kostenpflichtige Ausstellung „Kunst in Bewegung“, ein eher geringer Wert. Hierbei gab es wenig Unterschiede mit und ohne Besuchsgrund freier Eintritt. Die kostenfreie Ausstellung „Open Codes“ wurde insgesamt von der großen Mehrheit angesehen (94%).
- Im **SMNK** wurde freitagsnachmittags, wenn die Dauerausstellung eintrittsfrei war, von 34% die kostenpflichtige Sonderausstellung „Flusspferde am Oberrhein“ besucht (gesamt an allen Befragungstagen 44%). Auch hier unternahmen Befragte ohne den Besuchsgrund freier Eintritt öfter den Besuch (28%, gegenüber 16%). Insgesamt war dort die Dauerausstellung (mit Vivarium) die am häufigsten gesehene Ausstellung (81%).

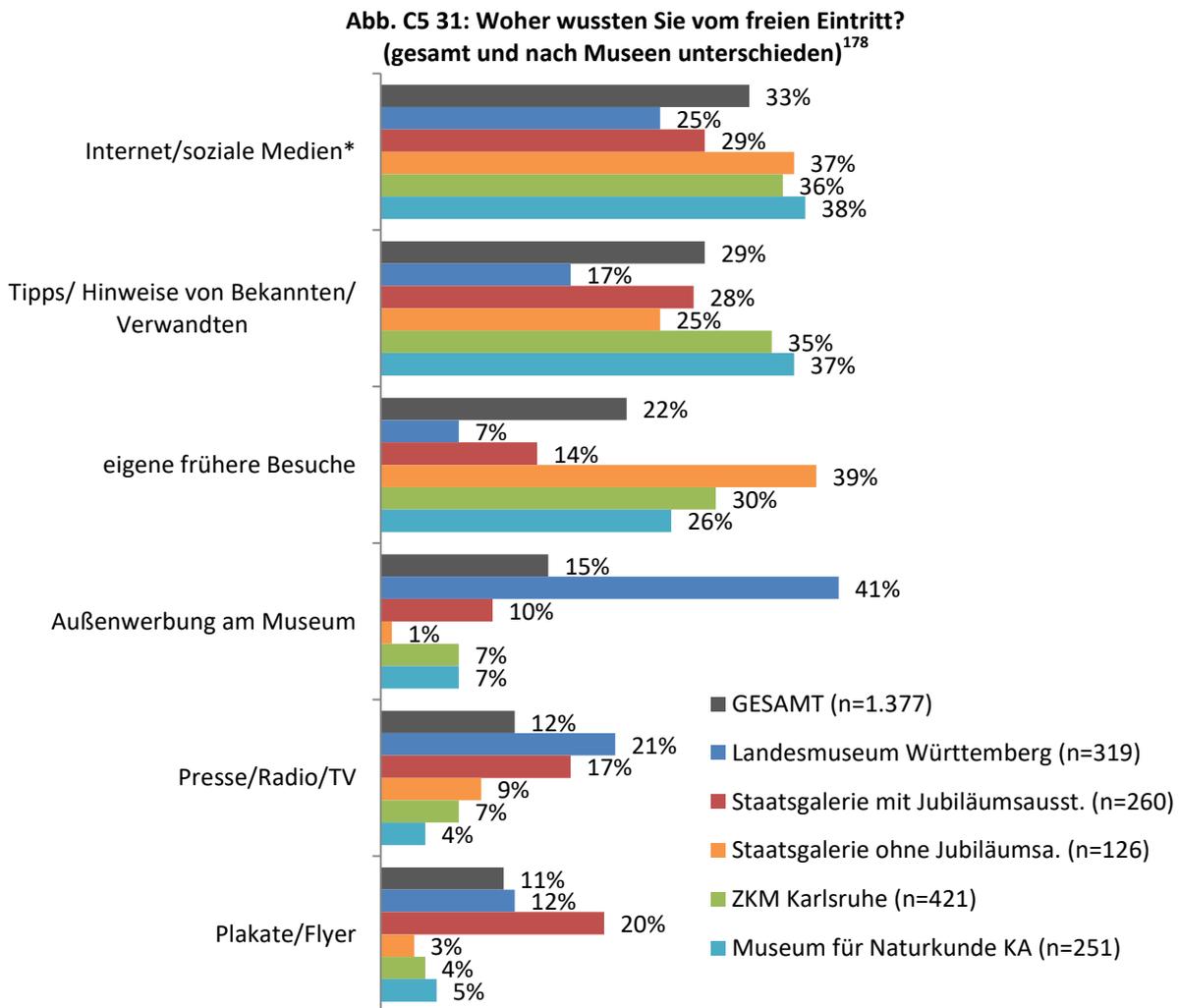
- ➔ **Ob kostenpflichtige Ausstellungen besucht werden, wenn gleichzeitig eintrittsfreie Ausstellungen vorhanden sind, kommt sehr auf das Museum an. Zwischen 18% und 51% gingen auch in kostenpflichtige Ausstellungen. Hier sind museumsspezifische Unterschiede wie die Größe der Ausstellungen zu berücksichtigen.**
- ➔ **Am häufigsten wurde in der Staatsgalerie Stuttgart an eintrittsfreien Mittwochen die kostenpflichtige Sonderausstellung angesehen.**
- ➔ **Befragte, deren ausdrücklicher Besuchsgrund freier Eintritt war, besuchten seltener kostenpflichtige Ausstellungen.**

5.3.3 Exkurs Kommunikation: Woher ist den Besuchern das freie Eintrittsangebot bekannt?

Frage im Fragebogen: Woher wussten Sie vom freien Eintritt?

Obenstehend wurde ausgeführt, welche Besuchergruppen am ehesten von den freien Eintrittsangeboten wussten (eher jüngere als ältere, mehr lokale als Fernbesucher, eher allgemein häufige Museumsgänger und Stammbesucher). Insgesamt war 63% das freie Eintrittsangebot bekannt (an Tagen mit entsprechend vorhandenem Angebot).

Zudem wurde untersucht, über welche Quellen die Befragten vom Angebot wussten.



Am häufigsten wussten die Besucher aus Internet/sozialen Medien vom freien Eintritt (gesamt 33%), gefolgt von Tipps/Hinweisen von Bekannten oder Verwandten (29%). Auch über eigene frühere Besuche im jeweiligen Museum kannten 22% das Angebot. 15% war der freie Eintritt über Außenwerbung am Museum bekannt, 12% über Presse/Radio/TV und 11% über Plakate/Flyer.

¹⁷⁸ Offene sonstige Nennungen, woher die Befragten vom Angebot wussten, finden sich im Anhang 5.

*Im LMW wurde zusätzlich nach Bekanntheit über den Newsletter gefragt: 3% genannt (9 Befragte), diese wurden zu Internet/soziale Medien hinzugezählt

- **Tipps/Hinweise** waren dabei besonders für jüngere Befragte ausschlaggebend. Auch Befragte mit niedrigerem Einkommen nannten Tipps öfter. Ebenso wurden allgemein seltene Museumsbesucher eher über Tipps aufmerksam.
- Dass der freie Eintritt von **eigenen früheren Besuchen** bekannt ist, führten mehr ältere Befragte sowie allgemein häufigere Museumsgänger an, diese zählten auch häufiger zu Stammbesuchern der Museen.
- **Außenwerbung** am Museum war vor allem für Besucher aus weiterer Entfernung ausschlaggebend.
- Demgegenüber nannten **Medienberichte** öfter diejenigen aus der näheren Umgebung, ebenso ältere und allgemein häufigere Museumsbesucher.

Nach Museen unterschieden:

An den einzelnen Museen unterschied sich zum Teil deutlich, woher die Besucher vom freien Eintrittsangebot wussten:

- **Internetquellen** nannten mehr Besucher im SMNK, der SGS ohne Jubiläumsausstellung und im ZKM. Insgesamt waren sie an allen Museen wichtig.
- **Tipps/Hinweise** waren am meisten für Besucher im SMNK und im ZKM ausschlaggebend.
- Von **eigenen früheren Besuchen** wussten vor allem Besucher der SGS in der zweiten Befragungsphase ohne Jubiläumsausstellung vom freien Eintritt.
- **Außenwerbung** war eindeutig am wichtigsten für Besucher des **Alten Schlosses (LMW)**.
- Auch **Presse/Radio/TV** wurde von Besuchern des LMW am ehesten genannt, gefolgt von Besuchern der SGS zur Zeit der kostenfreien Jubiläumsausstellung. Dort wurden auch **Plakate/Flyer** vergleichsweise häufig angeführt.

- ➔ Die Befragten wussten am häufigsten über **Internetseiten (33%)**, **Tipps aus dem Bekannten- und Familienkreis (29%)** sowie **eigene frühere Besuche (22%)** vom freien Eintrittsangebot.
- ➔ Für **spontane Erstbesucher** war **besonders Außenwerbung** ausschlaggebend für die Kenntnis, vor allem am **Landesmuseum Württemberg mit dem Alten Schloss** war dies die wichtigste Quelle.
- ➔ **Landesmuseum Württemberg** und **Staatsgalerie Stuttgart** erzeugten auch **mehr Medienresonanz** für ihre **eintrittsfreien Angebote**.

5.3.4 Exkurs Preisempfinden: Wie beurteilen die Besucher die Eintrittspreise?

Frage im Fragebogen: Wie beurteilen Sie die Eintrittspreise am TECHNOSEUM Mannheim?

Am TECHNOSEUM war kein freies Eintrittsangebot vorhanden, dementsprechend wurden die dortigen Besucher nicht nach freiem Eintritt als Besuchsgrund gefragt. Stattdessen wurden sie um ein Urteil zu den vorhandenen Eintrittspreisen gebeten (549 Antworten): Die große Mehrheit von 87% hielt diese für „angemessen“ – zusammen mit 3% für „eher günstig“ waren 90% mit den Preisen zufrieden. Noch 10% fanden die Preise „eher teuer“.

Im TECHNOSEUM haben 39% der Befragten ein reguläres Eintrittsticket gekauft, 45% ein ermäßigtes (v.a. Familienkarte, Studierende, Gruppenangebot, Schüler). 16% hatten freien Eintritt, darunter am häufigsten Besucher mit Museumspass oder Familienpass, weiterhin Mitglieder des Freundeskreises oder Besucher mit Gutscheinen.¹⁷⁹

Bei den Urteilen zum Eintrittspreis bestand kaum ein Unterschied nach genutztem Ticket: Nur wenige Prozentpunkte mehr derjenigen die den regulären Preis zahlten, fanden diesen eher teuer (12%, im Durchschnitt 10%).

➔ Die große Mehrheit der Befragten beurteilte die Eintrittspreise im TECHNOSEUM Mannheim als angemessen (90%).

¹⁷⁹ Weitere Ergebnisse zu genutzten Tickets finden sich im Anhang 5.

Im LMW wurde stattdessen gefragt, ob die Besucher sowieso freien Eintritt gehabt hätten, auch ohne freies Eintrittsangebot.

5.4 Was sind Besuchsgründe und Besuchsanreize neben freien Eintritt?

5.4.1 Was sind weitere Besuchsgründe neben dem freien Eintritt?

Frage im Fragebogen: Warum sind Sie heute vor allem hier im Museum?

Nach Museen unterschieden:

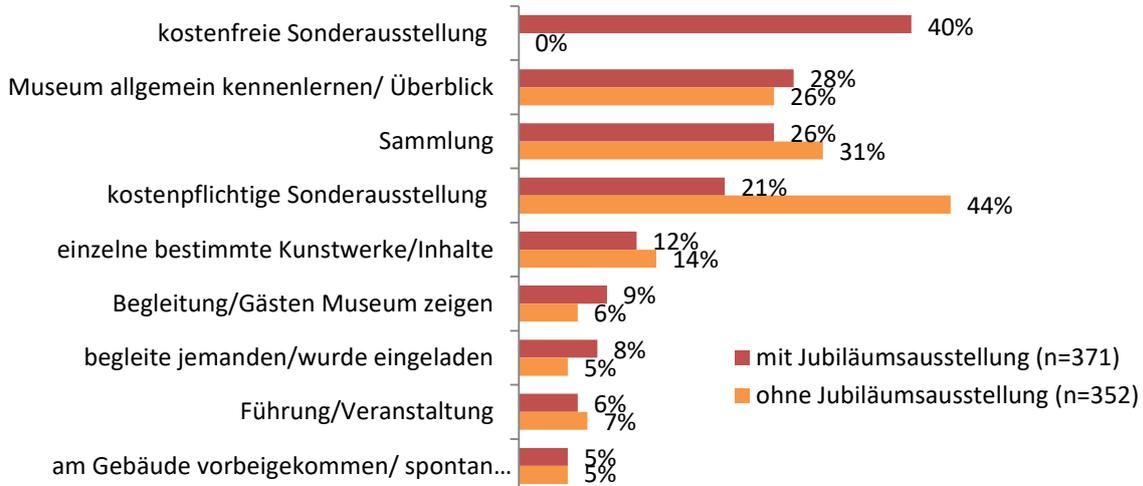
Im obenstehenden Abschnitt 5.2.4 wurden Befragte mit und ohne Besuchsgrund freier Eintritt unterschieden. Neben diesem Grund wurden acht bis zehn¹⁸⁰ weitere Besuchsgründe abgefragt.

Da die Besuchsgründe von den vorhandenen Angeboten im jeweiligen Museum abhängen, werden diese folgend direkt differenziert nach Museen dargestellt. Es werden alle fünf Museen betrachtet, auch das TECHNOSEUM ohne freies Eintrittsangebot.¹⁸¹

Abb. C5 32: Besuchsgründe für das Landesmuseum Württemberg (Altes Schloss)
(n=727, Mehrfachnennungen)



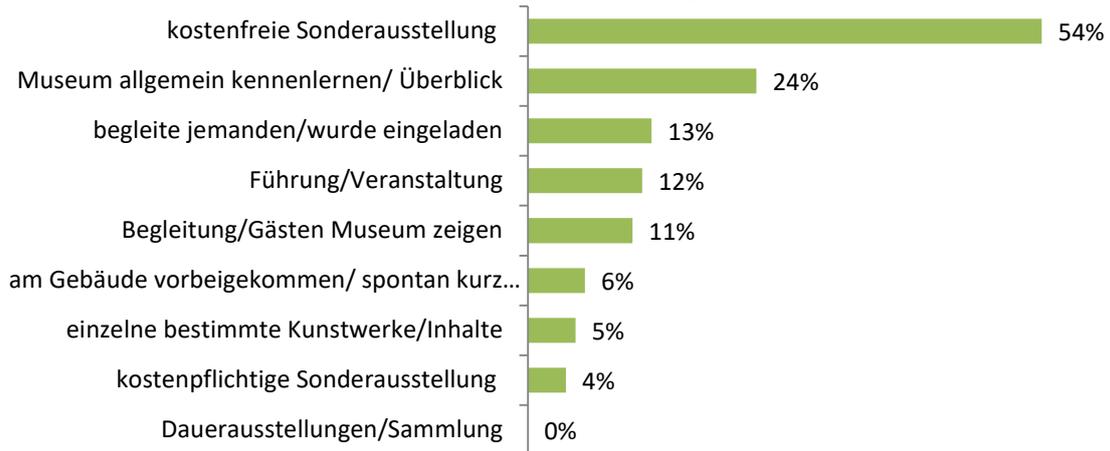
Abb. C5 33: Besuchsgründe für die Staatsgalerie Stuttgart
(n=723, Mehrfachnennungen)



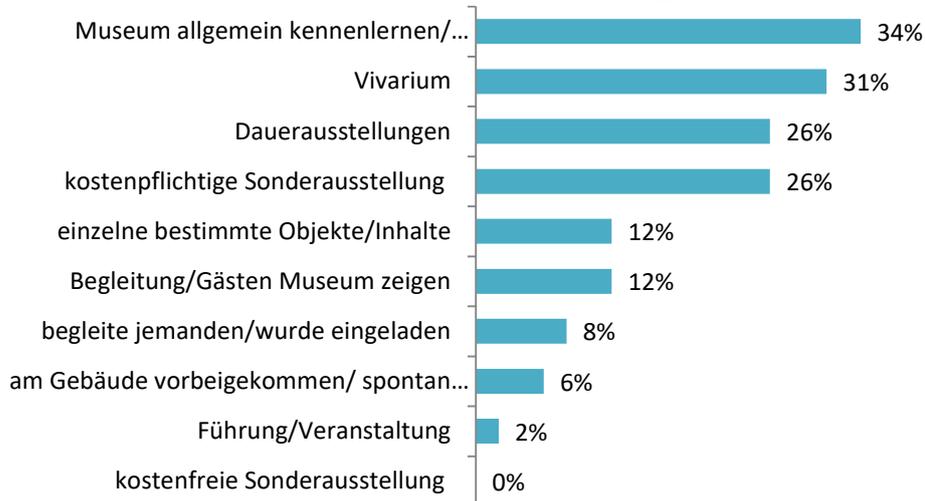
¹⁸⁰ Nicht in jedem Museum wurden alle Besuchsgründe abgefragt, da diese an die jeweils im Museum vorhandenen Angebote angepasst waren (kostenfreie/kostenpflichtige Sonderausstellungen, Dauerausstellungen/ Sammlung). Daher stammen die Antworten von einer unterschiedlichen Anzahl Besucher.

¹⁸¹ Offene Antworten zu sonstigen Besuchsgründen finden sich im Anhang 5.

**Abb. C5 34: Besuchsgründe für das ZKM Karlsruhe
(n=736, Mehrfachnennungen)**



**Abb. C5 35: Besuchsgründe für das Museum für Naturkunde Karlsruhe
(n=720, Mehrfachnennungen)**



**Abb. C5 36: Besuchsgründe für das TECHNOSEUM Mannheim
(n=558, Mehrfachnennungen)**



- Am **LMW** (Altes Schloss) waren der allgemeine Überblick über das Museum (45%) sowie, dass die Besucher am Gebäude vorbeigekommen sind und spontan das Museum kurz ansehen wollten (36%), die häufigsten Gründe. Hier waren auch viele Spontanbesucher und Erstbesucher im Publikum.
- Auch im **TECHNOSEUM** und **SMNK** war der Überblick über das Haus der häufigste Besuchsgrund (40% TECHNOSEUM, 34% SMNK). An diesen Häusern standen an zweiter Stelle die Dauerausstellungen (mit Elementa bzw. Vivarium) als Besuchsmotive. Im SMNK kamen noch 26% der Besucher explizit wegen der kostenpflichtigen Sonderausstellung „Flusspferde am Oberrhein“, im TECHNOSEUM war während der Befragung keine Sonderausstellung zu sehen.
- Im **ZKM** war deutlich die kostenfreie Sonderausstellung „Open Codes“ der am häufigsten genannte Besuchsgrund (54%), mit Abstand gefolgt von einem allgemeinen Überblick (24%).
- Auch in der **SGS** war in Befragungsphase 1 eine kostenfreie Sonderausstellung zu sehen: Diese Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“ war hier ebenfalls der größte Besuchsreiz (40%). Diese Nennungen sind nicht vom Aspekt zu trennen, dass die Ausstellungen eintrittsfrei waren. Ob hier der Ausstellungsinhalt oder der freie Eintritt im Vordergrund stand, ist nicht vollständig zu ermitteln. Demgegenüber war die **kostenpflichtige Sonderausstellung** „Ernst Ludwig Kirchner“ in Befragungsphase 2 in der SGS der häufigste Besuchsgrund (44%).
- Der Besuchsgrund **einzelne Objekte/Kunstwerke/Inhalte** wurde vergleichsweise am häufigsten im TECHNOSEUM genannt (21%, an allen Museen im Schnitt 12%).
- An allen Museen weniger oft angeführte Besuchsmotive waren **Begleitung/Gästen das Museum zeigen** (8%-13%) und **jemanden begleiten/wurde eingeladen** (4%-13%).
- Auch **Führungen/Veranstaltungen/Vorführungen** waren als Besuchsgründe eher nachrangig 2%-13%.

- ➔ In drei Museen kamen die Besucher vorwiegend, um das Museum allgemein kennenzulernen (Landesmuseum Württemberg, Museum für Naturkunde Karlsruhe und TECHNOSEUM).
- ➔ Im Landesmuseum Württemberg war auch der spontane Kurzbesuch wichtig, während an den beiden naturwissenschaftlichen Museen auch die Dauerausstellungen häufig genannt wurden.
- ➔ Am ZKM Karlsruhe und der Staatsgalerie Stuttgart war die kostenfreie Sonderausstellung der am häufigsten genannte Besuchsgrund, was nicht isoliert vom Aspekt des freien Eintritts zu betrachten ist.

13% der Kenner des freien Eintrittsangebots nannten nur den freien Eintritt als ausschlaggebend, 44% neben dem freien Eintritt einen weiteren Besuchsgrund. Dies war am häufigsten eine kostenfreie Sonderausstellung (43%), gefolgt vom Grund das Museum allgemein kennenzulernen/Überblick (30%). Auch Dauerausstellungen/Sammlungen (häufig auch kostenfrei zu sehen) nannten einige Besucher (22%) sowie dass sie am Gebäude vorbeigekommen sind und das Museum spontan kurz ansehen wollten (16%).¹⁸²

- ➔ **Besuchsgründe, die am häufigsten zusätzlich zum freien Eintritt genannt wurden, waren kostenfreie Sonder- oder Dauerausstellungen bzw. das Kennenlernen des Museums oder eine spontane Besichtigung.**
- ➔ **Hier bestätigt sich, dass der freie Eintritt als Besuchsgrund kaum isoliert von Ausstellungen und anderen Besuchsanreizen betrachtet werden kann.**

¹⁸² Tabelle mit ausdifferenzierten Nennungen von Besuchsgründen findet sich im Anhang 5.

5.4.2 Welche Rolle spielen freie Eintrittsangebote für die Besucher? Welche anderen Anreize sind für weitere Besuche wichtig?

Frage im Fragebogen: *Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? Ich würde (noch) häufiger ins Museum gehen, wenn...*

Gesamtergebnis:

Um über den Besuchstag hinaus die Bedeutung von freiem Eintritt und anderen Besuchsanreizen zu erheben, wurde die Einschätzung zu 13 Aspekten erbeten, inwieweit diese zu häufigeren Besuchen am jeweiligen Museum beitragen. Diese bezogen sich auf:

- vier Aspekte der Preisgestaltung: günstigerer Museumseintritt, mehr kostenfreie Begleitangebote, freier Eintritt für Kinder/Jugendliche, freier Eintritt für alle
- Serviceangebote (Gastronomie, Aufenthaltsorte, Öffnungszeiten)
- Ausstellungsinhalte und Begleitangebote
- Erreichbarkeit des Museums (Anfahrtswege und öffentlicher Nahverkehr)
- persönliche Bedingungen (mehr Zeit und passende Begleitung)

Tab. C5 6: Mittelwerte der Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen

Ich würde (noch) häufiger ins Museum gehen, wenn...	Mittelwert 5=auf jeden Fall bis 1=auf keinen Fall
ich mehr Zeit hätte	3,87
<u>der Eintritt für alle immer frei wäre</u>	3,58
die Ausstellungen (noch) interessanter wären	3,49
die Öffnungszeiten abends länger wären	3,33
<u>mehr Begleitangebote kostenfrei wären</u> (ohne TECHNOSEUM) ¹⁸³	3,30
<u>der Eintritt bis 18/20 Jahre (immer) frei wäre</u> (ohne LMW) ¹⁸⁴	3,17
<u>der Museumseintritt günstiger wäre</u> (ohne LMW) ¹⁸⁵	3,09
die Begleitangebote ansprechender wären (z.B. Führungen, Kinderangebote, Audioguide, Workshops)	3,01
der Weg ins Museum kürzer wäre/es besser erreichbar wäre	3,00
der öffentliche Nahverkehr zum Museum günstiger wäre	2,97
ich die passende Begleitung hätte	2,97
es mehr Aufenthaltsorte gäbe (z.B. Lounge, Sitze, freies WLAN)	2,91
die Gastronomie ansprechender wäre	2,76

¹⁸³ „mehr Begleitangebote kostenfrei“ nicht im TECHNOSEUM abgefragt, da alle Begleitangebote kostenfrei sind

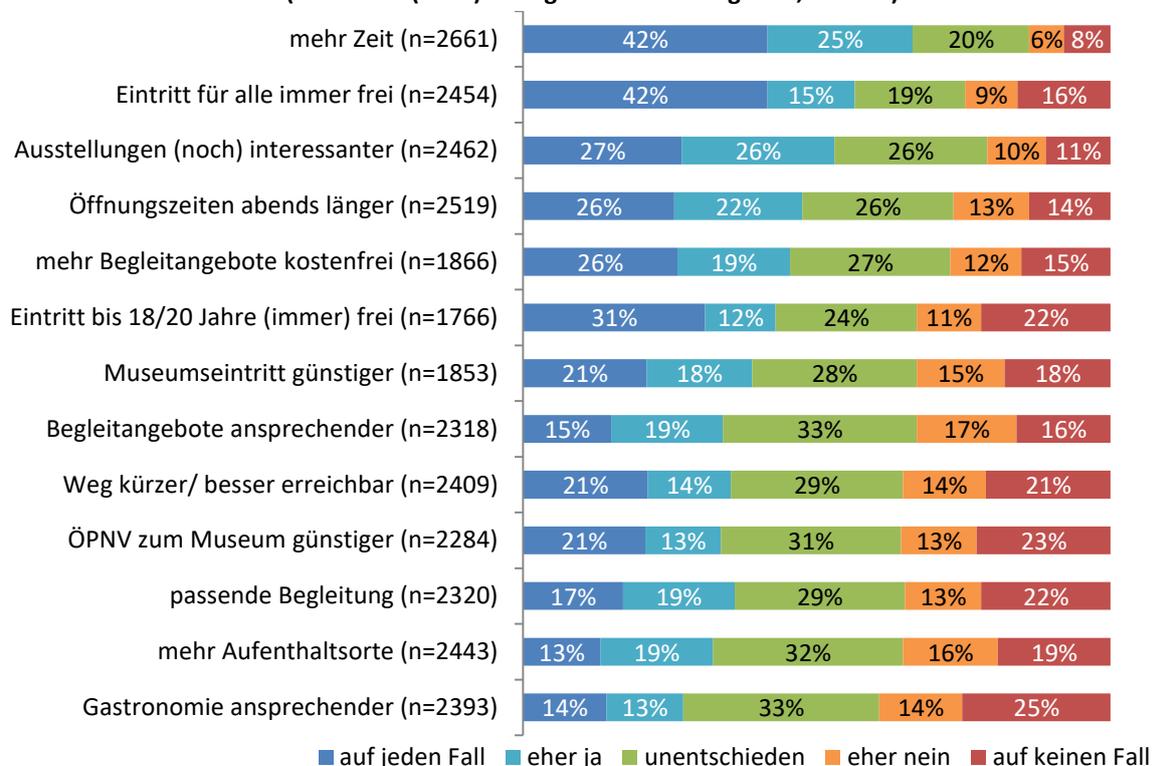
¹⁸⁴ „Eintritt bis 18/20 Jahre (immer) frei“ in SGS bis 20 Jahre abgefragt, da dort für diese Altersgruppe ein entsprechendes freies Eintrittsangebot vorhanden ist, an anderen Museen bis 18 Jahre abgefragt.

¹⁸⁵ „Museumseintritt günstiger“ und „Eintritt bis 18/20 Jahre (immer) frei“ im LMW nicht abgefragt, da zum Befragungszeitpunkt durchgehend freier Eintritt im Alten Schloss war.

- Die Zustimmung der befragten Besucher war hierbei am höchsten für die Aussage „**wenn ich mehr Zeit hätte**“ (Mittelwert 3,87 bei einer fünfstufigen Skala von 5=„auf jeden Fall“ bis 1=„auf keinen Fall“) – eine persönliche Bedingung, auf die die Museen keinen Einfluss haben.
- Der Aspekt „**wenn der Eintritt für alle immer frei wäre**“ erfuhr bereits die zweithäufigste Zustimmung (Mittelwert 3,58).
- Gefolgt wird dies von „**wenn die Ausstellungen (noch) interessanter wären**“ (3,49) und „**die Öffnungszeiten abends länger wären**“ (3,33).
- Die drei weiteren Aspekte der Preisgestaltung folgen auf den Plätzen 5-7: „**wenn mehr Begleitangebote kostenfrei wären**“ (3,3), „**der Eintritt bis 18/20 Jahre (immer) frei wäre**“ (3,17) und „**der Museumseintritt günstiger wäre**“ (3,09).¹⁸⁶
- Vergleichsweise weniger Zustimmung – aber immer noch mehr als die Mitte – gab es zu den Anreizen **ansprechendere Begleitangebote** (3,01), **bessere Erreichbarkeit des Museums** (3,0), **günstigerer öffentlicher Nahverkehr** (2,97), **fehlende Besuchsbegleitung** (2,97) und schließlich **mehr Aufenthaltsorte** (2,91) und **ansprechendere Gastronomie** (2,76).

Auch bei den Besuchsanreizen mit der wenigsten Zustimmung stimmen aber immer noch über ein Viertel der Befragten diesen zu und der Anteil von Unentschiedenen war recht ausgeprägt (siehe folgende Abb. mit differenzierten Zustimmungswerten auf der fünfstufigen Skala).

**Abb. C5 37: Differenzierte Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen (sortiert nach Mittelwerten)
(Ich würde (noch) häufiger ins Museum gehen, wenn...)**



¹⁸⁶ Zu „kostenfreien Begleitangeboten“ und „freiem Eintritt bis 18/20 Jahre“ ist zu bedenken, dass die Zustimmung auch von Anteilen jüngerer Befragter sowie Familien in der Stichprobe abhängt: Insgesamt waren 11% der Befragten im Alter bis 20 Jahre und 35% in Begleitung der Familie. Dabei bestehen große Unterschiede zwischen den Museen, auf die im Folgenden genauer eingegangen wird.

Hier zeigt sich zusätzlich zu den Mittelwerten, bei welchen Aspekten die eindeutige Zustimmung „auf jeden Fall“ besonders hoch ist (mehr Zeit, freier Eintritt für alle, auch freier Eintritt für Kinder/Jugendliche).¹⁸⁷ Ebenso wird ersichtlich wo der Anteil Unentschiedener groß ist (ansprechendere Begleitangebote, Gastronomie, Aufenthaltsorte, öffentlicher Nahverkehr).

Die Standardabweichung, die auf eine Varianz/Streuung der Werte hinweist, ist besonders ausgeprägt bei:¹⁸⁸

- Eintritt bis 18/20 Jahre (immer) frei
- Eintritt für alle immer frei
- öffentliche Nahverkehr zum Museum günstiger
- Weg ins Museum kürzer/ besser erreichbar

Insbesondere bei freiem Eintritt bis 18/20 Jahre und freiem Eintritt für alle ist entsprechend die Zustimmung hoch, aber auch die Werte der Ablehnung sind relevant.

Wie sich diese Nennungen nach Museen unterscheiden und für welche Besuchergruppen welche Anreize wichtiger sind, wird im folgenden Abschnitt analysiert.

- ➔ **Zeitmangel ist die größte Barriere für Museumsbesuche (67%).**
- ➔ **An zweiter Stelle wurden preisbezogene Aspekte genannt: freier Eintritt für alle wäre für mehr als die Hälfte ein Anreiz für erneute Besuche (57% auf jeden Fall/eher ja), ein Viertel verneinte dies aber auch (25% eher nein/auf keinen Fall).**
- ➔ **Ein fast ebenso wichtiger Grund für häufigere Museumsbesuche waren interessantere Ausstellungen (53%).**
- ➔ **Längere Öffnungszeiten (48%), kostenfreie Begleitangebote (45%) und freien Eintritt für Kinder/Jugendliche (43%) nannten ebenfalls viele Besucher als Anreize.**
- ➔ **Vergleichsweise am wenigsten Zustimmung erfuhren ansprechendere Gastronomie (noch 27%), mehr Aufenthaltsorte (32%) und günstigerer öffentlicher Nahverkehr (34%). Sie wurden weniger genannt, sind mit einem Durchschnitt von über 2,5 (auf einer Skala von 1-5) trotzdem wichtig für die Besucher.**

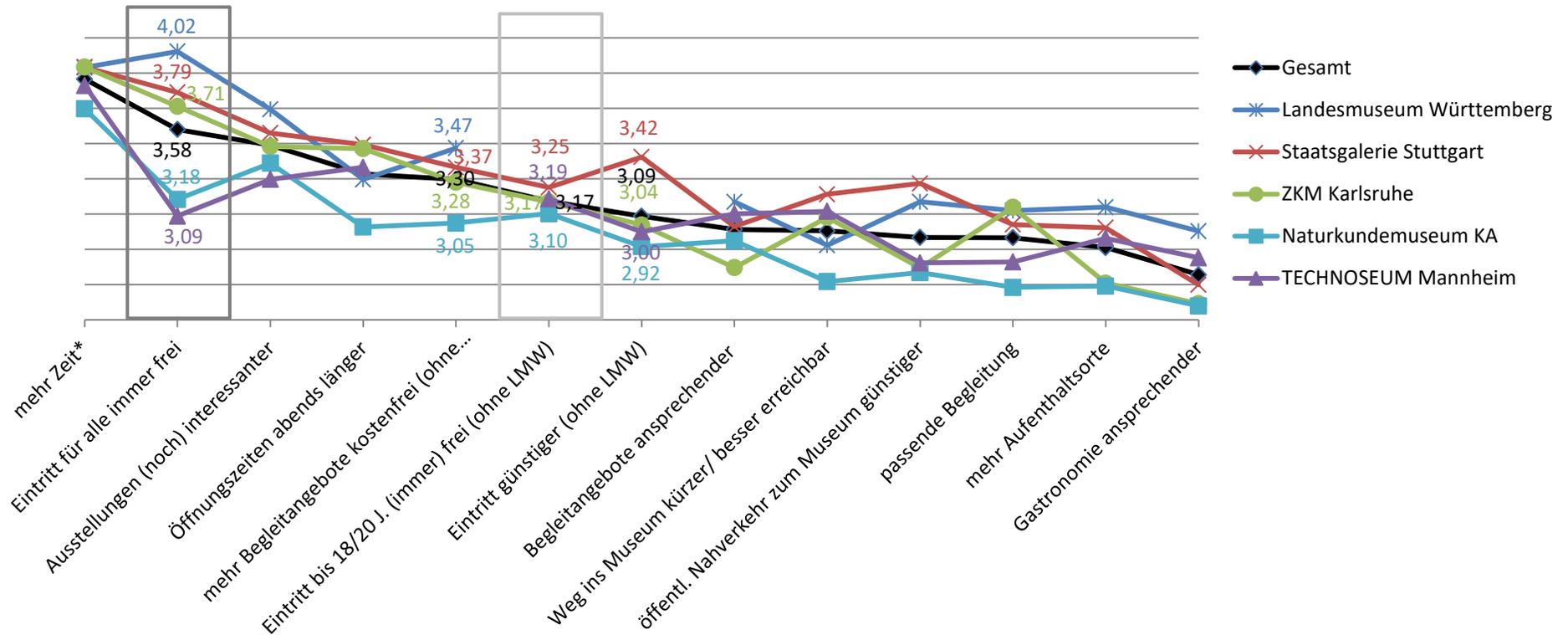
¹⁸⁷ Zeitmangel bestätigte als einen der wichtigsten Hinderungsgründe auch die europaweite Erhebung *Eurobarometer* (vgl. Europäische Kommission 2013, S. 21 und Kapitel 1.1).

¹⁸⁸ höchste Standardabweichung: Eintritt bis 18/20 Jahre 1,52, Eintritt für alle immer frei 1,48, öffentliche Nahverkehr günstiger 1,41, Weg ins Museum kürzer 1,41; Standardabweichung siehe auch Tabelle im Anhang 5

Nach Museen unterschieden:

Im Publikum der fünf Museen zeigten sich zum Teil deutliche Unterschiede bei dieser Frage, nahezu alle Unterschiede sind signifikant. In der nachstehenden Abb. wird die Zustimmung an den einzelnen Museen zuerst nach Mittelwerten dargestellt, insbesondere beim „freien Eintritt für alle“ werden hier Abweichungen sichtbar (mit Kästen hervorgehoben). Anschließend veranschaulichen die Abbildungen die differenzierten Zustimmungswerte an den einzelnen Museen.¹⁸⁹

Abb. C5 38: Zustimmung zu 13 Besuchsanzügen (gesamt und nach Museen unterschieden, Mittelwerte)



*Aussage „mehr Zeit“ kein signifikanter Unterschied nach Museen

¹⁸⁹ Alle Mittelwerte finden sich im Anhang 5, ebenso die offenen Aussagen zu sonstigen Besuchsanzügen.

Abb. C5 39: Zustimmung zu Besuchsreizen am Landesmuseum Württemberg (sortiert nach Mittelwerten)

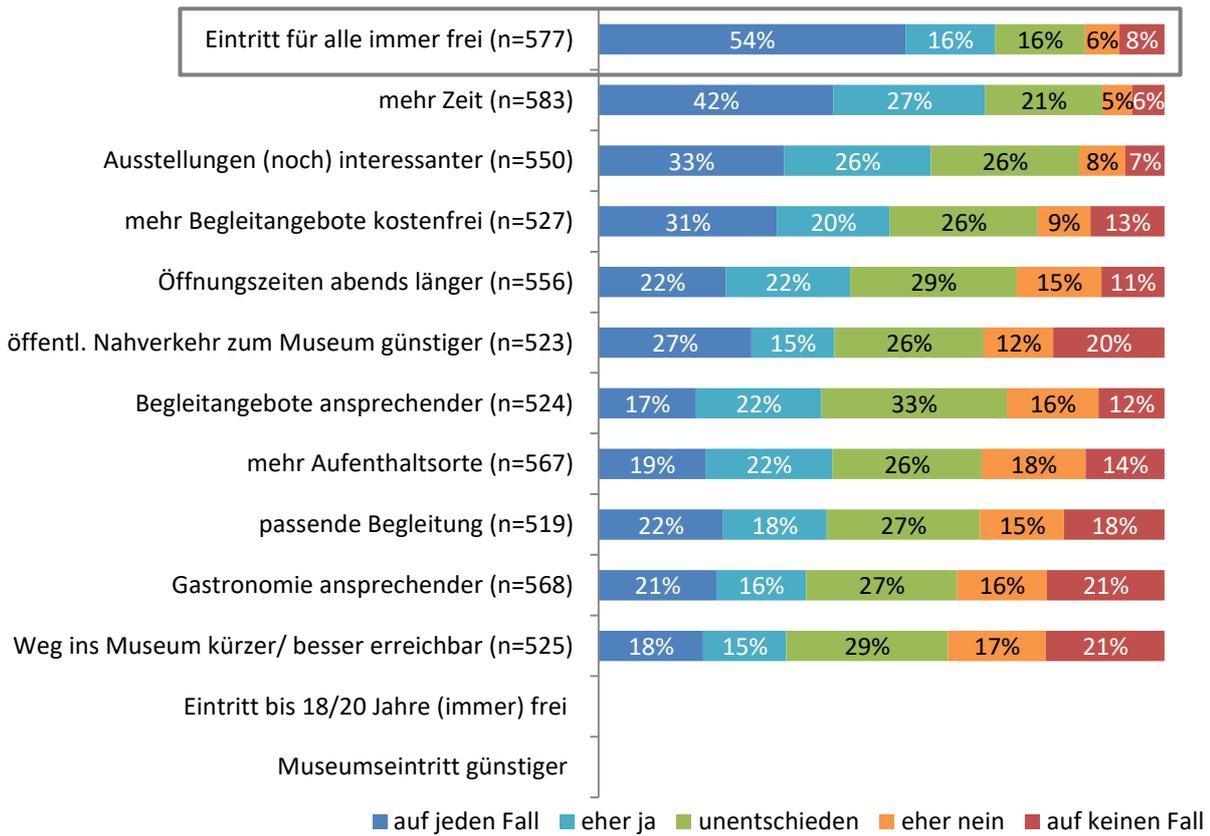


Abb. C5 40: Zustimmung zu Besuchsreizen an der Staatsgalerie Stuttgart (sortiert nach Mittelwerten)

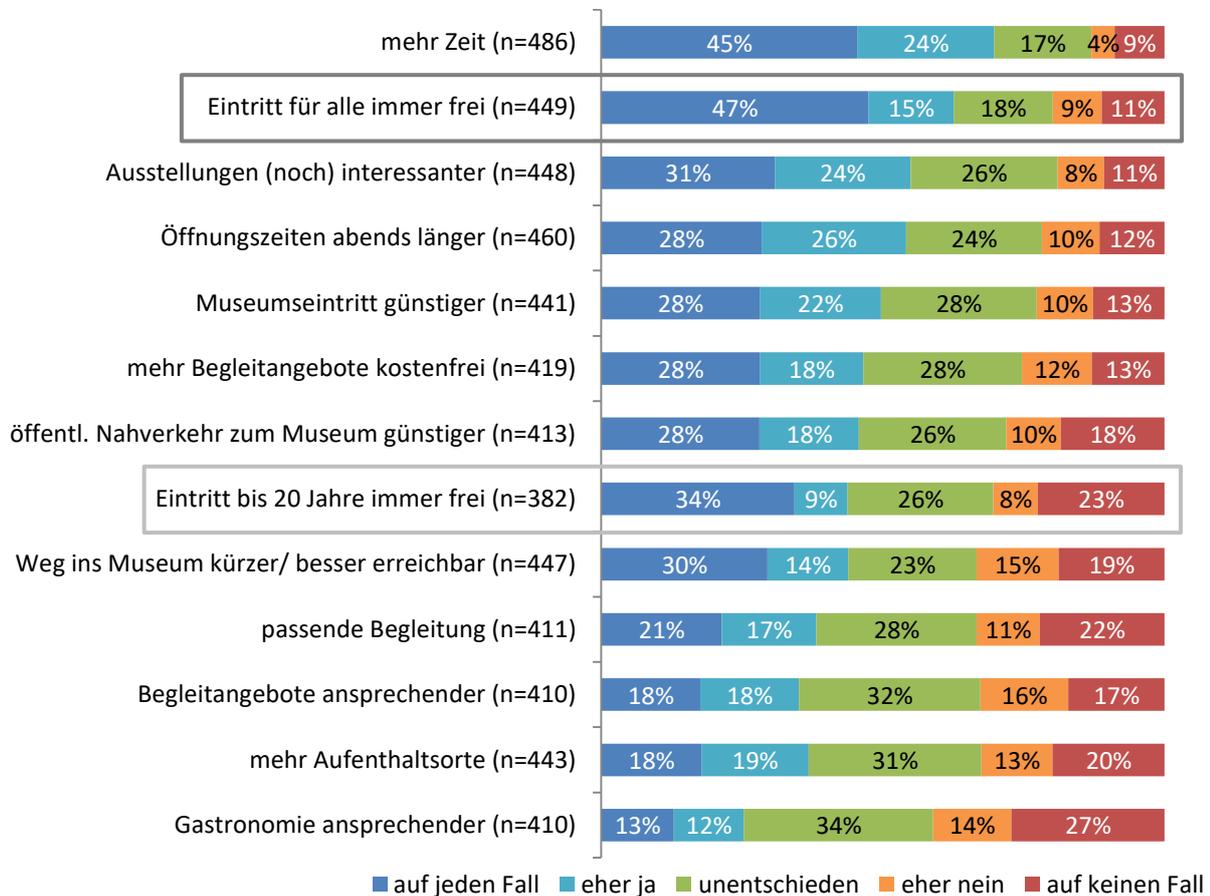


Abb. C5 41: Zustimmung zu Besuchsanzweizen am ZKM Karlsruhe (sortiert nach Mittelwerten)

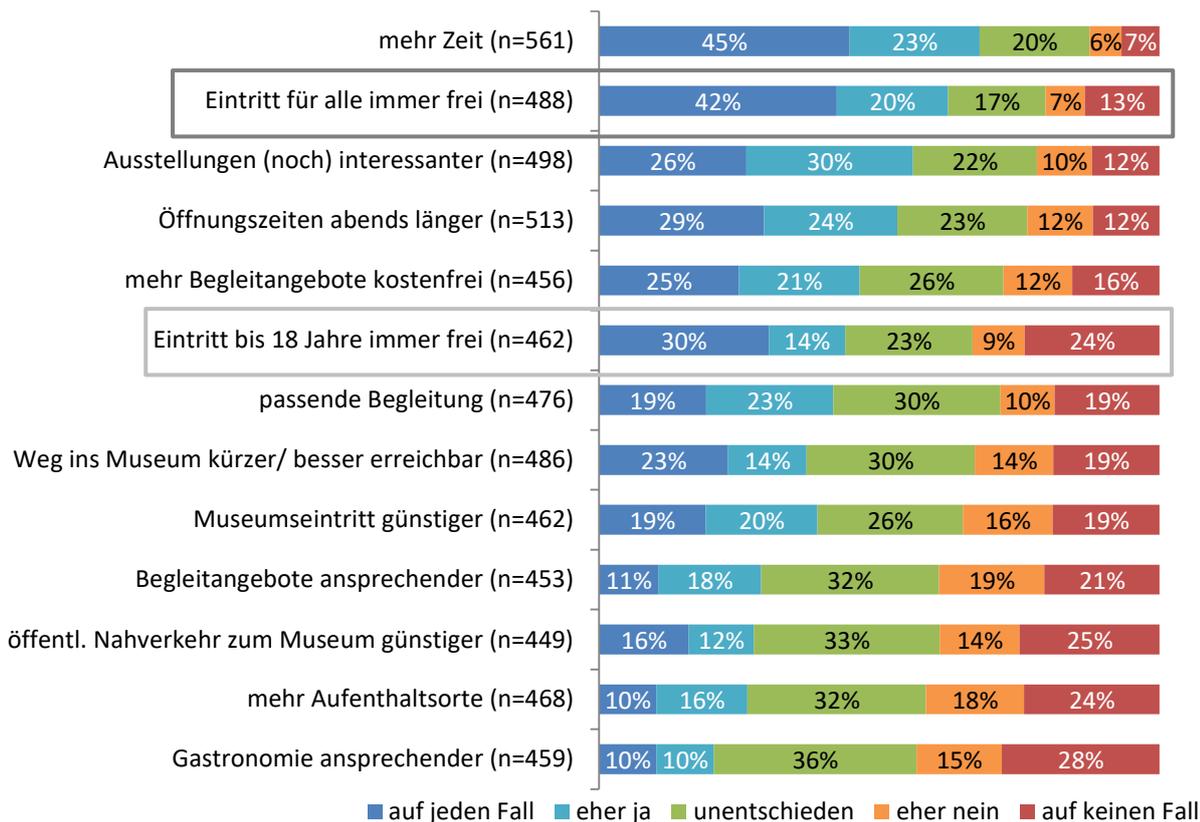


Abb. C5 42: Zustimmung zu Besuchsanzweizen am Museum für Naturkunde Karlsruhe (sortiert nach Mittelwerten)

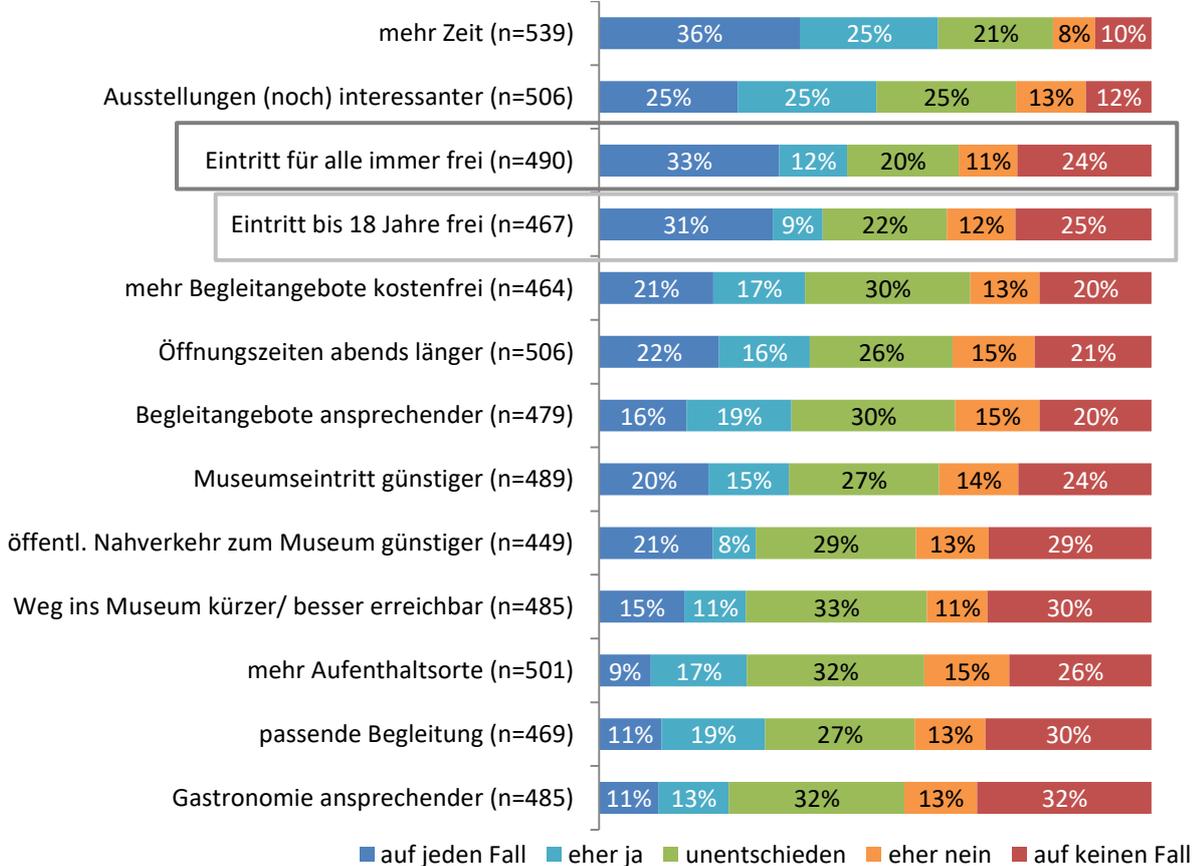
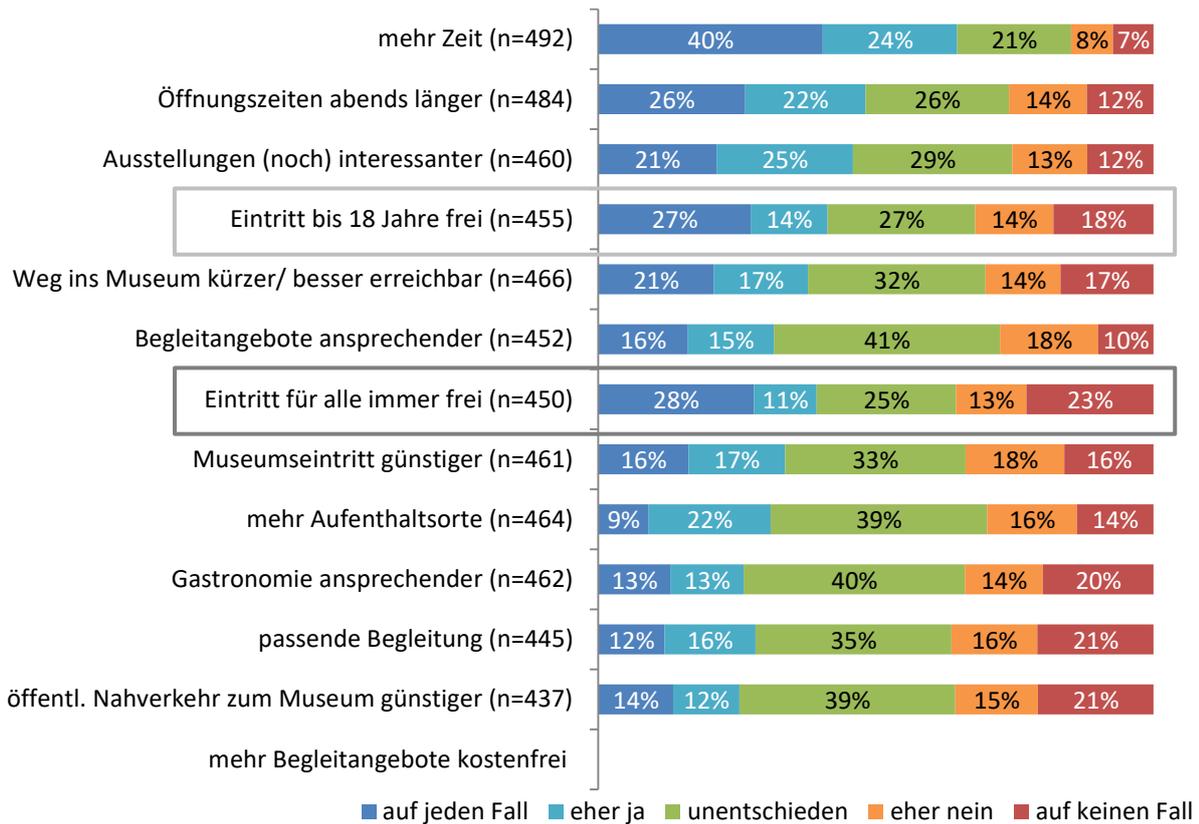


Abb. C5 43: Zustimmung zu Besuchsanzügen am TECHNOSEUM Mannheim (sortiert nach Mittelwerten)



- Die insgesamt größte Zustimmung zum Aspekt „**mehr Zeit**“ war an allen Museen ähnlich ausgeprägt (bis auf LMW an erster Stelle der Nennungen).
- „**Eintritt für alle immer frei**“ wurde am häufigsten im LMW (Altes Schloss) zugestimmt, wo auch alle Besucher zum Befragungszeitpunkt freien Eintritt hatten (Mittelwert 4,02; hier noch vor „mehr Zeit“). Gefolgt wird dies von der SGS (3,79) und dem ZKM (3,71), den beiden anderen Museen mit durchgehend freien Eintrittsangeboten. Hier war dies die zweithäufigste Nennung. Demgegenüber stimmten Befragte im SMNK (3,18) und im TECHNOSEUM (3,09) – den beiden Museen mit weniger bzw. ohne freie Eintrittsangebote – dem seltener zu. Im SMNK war dies die dritthäufigste Nennung (nach interessantere Ausstellungen), im TECHNOSEUM sogar erst an siebter Stelle.
- Auch „**mehr kostenfreie Begleitangebote**“ erfuhren von Besuchern im LMW am häufigsten Zustimmung (3,47), gefolgt von den beiden anderen Museen mit durchgehend freiem Eintritt (SGS 3,37, ZKM 3,28). Im SMNK waren kostenfreie Begleitangebote für die Besucher etwas weniger relevant (3,05), obwohl hier hohe Anteile von Familien im Publikum waren. Im TECHNOSEUM wurde der Aspekt nicht abgefragt. Im Vergleich zum freien Eintritt für alle differieren die Zustimmungswerte hier aber nicht so stark.
- „**Eintritt bis 18/20 Jahre frei**“ (ebenfalls hervorgehoben) wurde im LMW nicht abgefragt. Zu diesem Aspekt war die Zustimmung in der SGS (in der ein entsprechendes Angebot vorhanden ist) recht hoch (3,25). Auch in den anderen Museen wich die Zustimmung nicht so sehr ab: TECHNOSEUM (3,19), ZKM

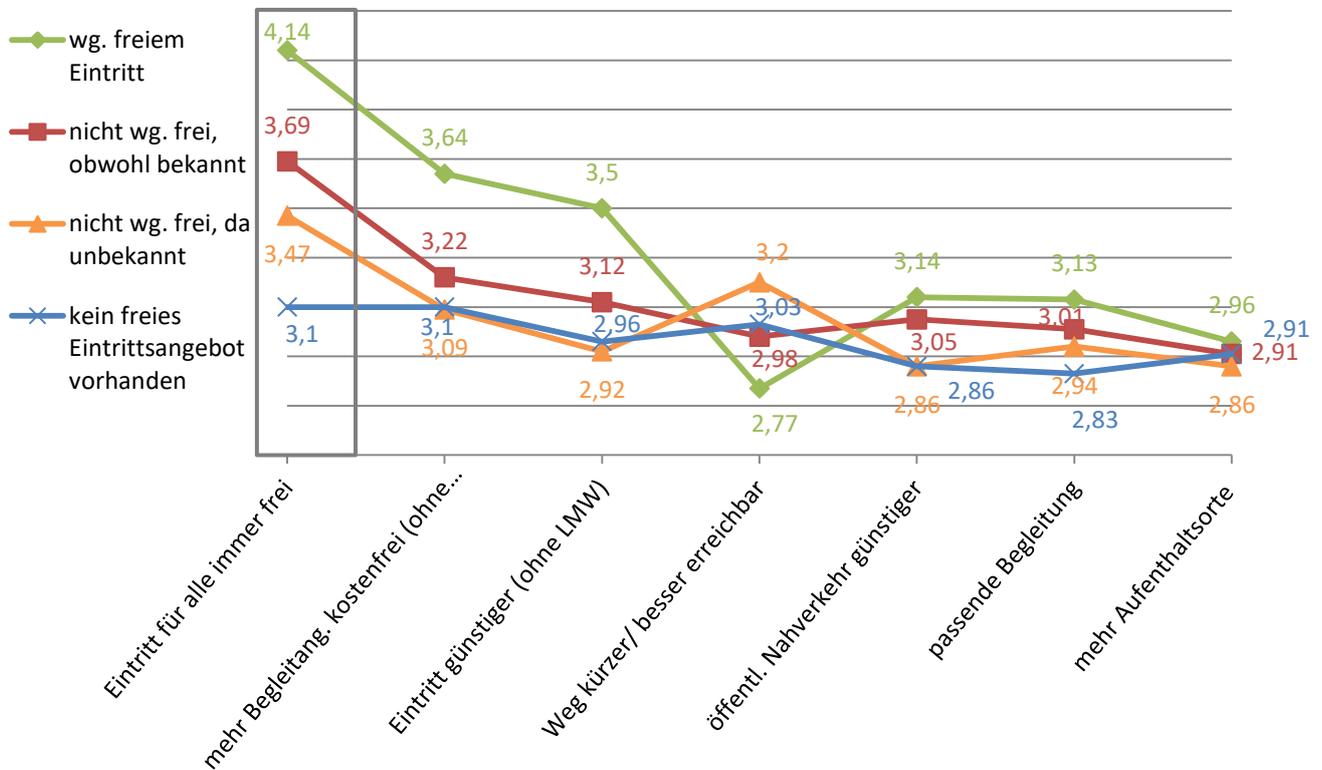
(3,17) und SMNK (3,1). Vor allem im ZKM waren anteilig recht viele Jugendliche unter den Besuchern. Im SMNK war dies der dritthäufigste Aspekt (hier waren auch besonders viele Familien), hier wurde vielen Aspekten insgesamt nicht so häufig zugestimmt wie an anderen Häusern.

- „Günstiger Museumseintritt“ war demgegenüber noch deutlich öfter in der SGS wichtig (3,42), weniger im ZKM (3,04), TECHNOSEUM (3,0) und SMNK (2,92). (Im LMW wurde dies nicht abgefragt.)

- ➔ **Freiem Eintritt für alle als Besuchsanreiz stimmten besonders die Besucher im Landesmuseum Württemberg zu, gefolgt von Staatsgalerie Stuttgart und ZKM Karlsruhe. Diese drei Museen hatten zum Befragungszeitpunkt durchgehend freie Eintrittsangebote.**
- ➔ **Mehr kostenfreie Begleitangebote wurden ebenfalls am häufigsten im Landesmuseum Württemberg gewünscht.**
- ➔ **In der Staatsgalerie Stuttgart war zudem günstiger Museumseintritt und freier Eintritt für Kinder und Jugendliche besonders relevant.**
- ➔ **Im TECHNOSEUM spielten längere Öffnungszeiten und eine bessere Erreichbarkeit eine große Rolle.**

Nach Unterschieden zwischen den Museen werden weiterhin Unterschiede in der Zustimmung zu den Besuchsanreizen betrachtet danach, ob die **Besucher explizit wegen des freien Eintritts** in die Museen gekommen sind:

Abb. C5 44: Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen (nach Besuchgrund freier Eintritt unterschieden, Mittelwerte)



- Dass sie häufiger ins Museum kommen würden, wenn „**der Eintritt für alle immer frei wäre**“ sagten entsprechend deutlich häufiger die Besucher aus, die auch an diesem Besuchstag wegen des freien Eintritts da waren (4,14). Wenn an den Museen während der Befragung kein freies Eintrittsangebot vorhanden war, war dieser Anreiz weniger wichtig (3,1). Aber auch von diesen wurde der Aspekt immer noch vergleichsweise häufig genannt.
- Befragte mit freiem Eintritt als Besuchgrund stimmten weiterhin häufiger zu, dass **mehr kostenfreie Begleitangebote** und **günstigerer Museumseintritt** für sie Besuchsanreize wären. An Museen ohne freies Eintrittsangebot war auch hierzu weniger Zustimmung vorhanden.
- Ein häufiger geäußerter Anreiz an diesen Museen war die **bessere Erreichbarkeit/kürzere Wege**.

➔ **Befragte, die wegen des freien Eintritts ins Museum kamen, befürworteten auch häufiger freien Eintritt für alle, ebenso wie mehr kostenfreie Begleitangebote und günstigeren Eintritt.**

Nach Strukturen der Besucher sind folgende signifikante Unterschiede in der Zustimmung zu den Besuchsanreizen festzustellen (siehe auch Abb. Anh5 2-5 im Anhang 5):

- **Alter:**

Jüngere Befragte stimmten häufiger als ältere zu, dass **mehr kostenfreie Begleitangebote** und **freier Eintritt bis 18/20 Jahre** Besuchsanreize sind. Jüngere kamen auch eher wegen des freien Eintritts in die Museen. Bei **freiem Eintritt für alle** gab es keinen signifikanten Altersunterschied.

Interessantere Ausstellungen nannten ebenfalls eher jüngere Befragte als Anreize, weiterhin **bessere Erreichbarkeit, günstigerer Nahverkehr** und **mehr Aufenthaltsorte**.

Längere Öffnungszeiten erfuhren mehr Zustimmung in den jüngeren und mittleren Altersgruppen bis 50 Jahre, weniger von älteren.

- **Befragte mit/ohne Kinder bis 18 Jahre:**

Befragte mit eigenen Kindern bis 18 Jahre würden (erwartungsgemäß) eher bei **freiem Eintritt für Kinder/Jugendliche** in die Museen kommen (Mittelwert 3,55, ohne Kinder 3,01). Auch **ansprechendere Begleitangebote** waren für diese wichtiger (3,28) als für Befragte ohne Kinder (2,92).

- **Bildungsabschlüsse:**

Freier Eintritt für alle erhielt von Befragten mit Studienabschlüssen sowie Befragten mit Hauptschulabschluss (welche aber insgesamt nicht so häufig vertreten waren) am meisten Zustimmung. **Freier Eintritt bis 18 Jahre** war hingegen vergleichsweise weniger für Akademiker/Studierende wichtig.

- **Haushaltseinkommen:**

Für Befragte mit niedrigerem Einkommen waren **freier Eintritt für alle** sowie **kostenfreie Begleitangebote** häufiger Besuchsanreize als für diejenigen mit höherem Einkommen. Sie nannten auch öfter freien Eintritt als Besuchsgrund. Auch bei den meisten anderen Aspekten stimmten Befragte mit niedrigerem Einkommen eher zu.

- **Allgemeine Besuchshäufigkeit von Museen:**

Befragte, die allgemein häufiger in Museen gehen, nannten **längere Öffnungszeiten** häufiger als Anreiz. Allgemein seltenere Museumsbesucher stimmten demgegenüber eher **besserer Erreichbarkeit, mehr Aufenthaltsorten** und **ansprechenderer Gastronomie** als Anreizen zu. Bei Aspekten der Preisgestaltung gab es hier keine signifikanten Unterschiede.

- ➔ **Für Befragte mit niedrigerem Einkommen war freier Eintritt ein etwas größerer Besuchsanreiz als für Befragte mit höherem Einkommen.**
- ➔ **Auch kostenfreie Begleitangebote waren für Besucher mit niedrigem Einkommen wichtig. Ähnlich antworteten jüngere Besucher.**
- ➔ **Freier Eintritt für Kinder und Jugendliche war vermehrt ein Besuchsanreiz für Jüngere, Familien und Personen mit formal niedrigeren Bildungsabschlüssen.**

5.5 Quellen Kapitel 5

- Europäische Kommission (2013). *Eurobarometer Special Surveys*. Cultural Access and Participation, Factsheet Germany. Europäische Kommission.
- Museum Folkwang (2017). Neue Zielgruppen und Verdopplung der Besuchszahlen im Museum Folkwang: Besucheranalyse 2017 bestätigt Erfolg des freien Eintritts. Pressemitteilung v. 23.10.2017. https://www.museum-folkwang.de/fileadmin/_BE_Gruppe_Folkwang/Dokumente/2017_Pressemitteilungen/Presseinformation_Museum_Folkwang_Besucherbefragung_2017__freier_Eintritt_2017_10_23.pdf. Zugegriffen: 14. Dezember 2018.
- Oelschläger, V. (2018). Stadtmuseum mit sehr viel mehr Besuchern. Märkische Allgemeine vom 06.09.2018. <http://www.maz-online.de/Lokales/Potsdam/Potsdam-Museum-mit-sehr-viel-mehr-Besuchern>. Zugegriffen: 05. Dezember 2018.
- RFH Köln (2017). RFH-Besucheranalyse 2017 bestätigt Erfolg des freien Eintritts. Mitteilung vom 06.11.2017. https://www.rfh-koeln.de/aktuelles/meldungen/2017/rfh-besucheranalyse_2017_bestaetigt_erfolg_des_freien_eintritts/index_ger.html. Zugegriffen: 10. Oktober 2018.

6. Verändert sich durch freien Eintritt die Besucherstruktur der Museen?

Zusammenfassung der Ergebnisse für die baden-württembergischen Landesmuseen und das ZKM Karlsruhe und Vergleich mit Besucherstudien

Abbildungsverzeichnis Kapitel 6

Abb. C6 1: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt in der vorliegenden Befragung am Landesmuseum Württemberg (n=724).....	139
Abb. C6 2: Besuchsgründe in der internen Besucherbefragung am Landesmuseum Württemberg.....	139
Abb. C6 3: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt in der Staatsgalerie Stuttgart.....	144
Abb. C6 4: Hat der kostenlose Eintritt als Anlass für Ihren heutigen Besuch eine Rolle gespielt? (Befragung in der SGS 2009).....	145
Abb. C6 5: Besuchsgründe in bisherigen Besucherbefragungen der Staatsgalerie Stuttgart.....	145

6.1 Landesmuseum Württemberg

Im LMW in Stuttgart wird **seit Januar 2018 freier Eintritt für alle Besucher** angeboten in die Schausammlungen im Stuttgarter Alten Schloss, im Haus der Musik sowie im Museum der Alltagskultur im Schloss Waldenbuch. In der Erhebung wurde das freie Eintrittsangebot im Alten Schloss analysiert. Dieses bestand damit zum Zeitpunkt der Besucherbefragung seit sieben Monaten. Das Museum bewarb dieses Angebot stark, u.a. mittels Pressearbeit und Außenwerbung, und kündigte dieses zunächst als Sonderaktion für ein Jahr an.

Anfangs **stiegen die Besuchszahlen der Schausammlungen im LMW sehr stark an**, bereits zur Jahresmitte 2018 kamen so viele Besucher wie im gesamten Vorjahr 2017. Insgesamt haben sich die Besuchszahlen der Schausammlungen im Vergleich zu 2017 nahezu verdoppelt. Der Anstieg unterlag monatlichen Schwankungen, weswegen die langfristige Entwicklung zu prüfen ist (vgl. Kapitel 3 statistische Analyse).

Die Verantwortlichen des LMW **befürworten deutlich die Einführung des freien Eintritts in Dauerausstellungen**. In der Expertendiskussion führten sie zur Begründung u.a. an, dass keine Barrieren für potenzielle Besucher bestehen sollen und sich das Museum als aktiver Teil der Gesellschaft positionieren will. Sie sehen freien Eintritt als einen Baustein, um auch Nicht-Besucher anzusprechen und nannten zusätzlich zahlreiche **weitere Instrumente zur Museumsöffnung** (z.B. Vermittlungsangebote, Veranstaltungen, Verbesserung der Aufenthaltsqualität, längere Öffnungszeiten, Serviceangebote). Die Museumssammlung wird als öffentliches Eigentum der Bürger des Landes betrachtet, welche diese kostenfrei besichtigen sollten. Zudem kann das LMW mit freiem Eintritt auf andere eintrittsfreie Museen in der direkten Umgebung reagieren.

Der **freie Eintritt soll nach Meinung des LMW für Dauerausstellungen gelten**, nicht für Sonderausstellungen, u.a. wegen des hohen Aufwands für diese befristeten Angebote. Dies sind einige ausgewählte Argumentationen aus der Expertendiskussion, die im Anhang 4 in den Tabellen mit Beispielaussagen ausführlich dargelegt werden.

Im Folgenden wird die vorliegende Besucherbefragung im Alten Schloss mit weiteren Befragungen am LMW verglichen. Das Museum führte selbst eine interne Studie über einen längeren Zeitraum während des freien Eintritts von Januar bis September 2018 durch.¹⁹⁰

Zudem gab es 2016/17 ohne freien Eintritt Befragungen in mehreren Phasen im Alten Schloss und Haus der Musik, deren Ergebnisse ebenfalls einfließen.¹⁹¹

¹⁹⁰ vgl. Ergebnisse der internen Befragung 2018 im Landesmuseum Württemberg: 1.359 Befragte ab 14 Jahren im Alten Schloss (zusätzlich Befragung im Museum der Alltagskultur in Waldenbuch, hier werden die Ergebnisse für das Alte Schloss verglichen), Januar bis September 2018,

Methode: schriftlicher Fragebogen, der persönlich verteilt, aber auch ausgelegt wurde (unterschiedliche Methoden zu berücksichtigen, da durch Auslegen ohne Kontrolle Einschränkungen in der Aussagekraft möglich sind)

In der vorliegenden Befragung zeigte sich ein **starker Effekt des freien Eintrittsangebots am LMW**. Dass sie wegen des freien Eintritts kamen, sagten im Vergleich der Museen hier die meisten Besucher des Alten Schlosses aus: 44% nannten den freien Eintritt als Besuchsgrund (vgl. Abb. C6 1, inkl. Befragte denen das Angebot vor dem Besuch noch nicht bekannt war).¹⁹² In der internen Besucherbefragung des LMW lag dieser Wert für das Alte Schloss ebenfalls bei 44% (siehe Abb. C6 2, etwas andere Abfrage).

Abb. C6 1: Besucher mit/ohne Besuchsgrund freier Eintritt in der vorliegenden Befragung am Landesmuseum Württemberg (n=724)

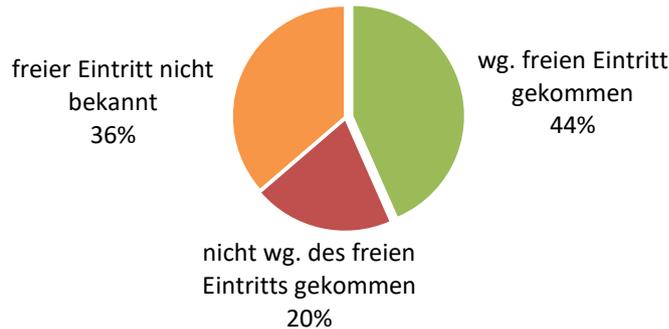
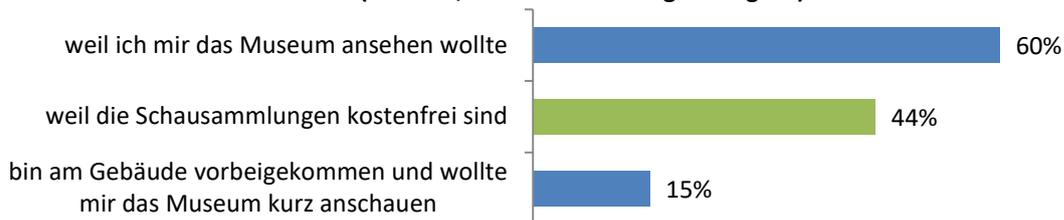


Abb. C6 2: Besuchsgründe in der internen Besucherbefragung am Landesmuseum Württemberg (n=1.359, Mehrfachnennungen möglich)



¹⁹¹ vgl. Wegner/Stadler 2017: 1.785 Befragte ab 14 Jahren in Zeiten ohne Sonderausstellungen im Alten Schloss, Juli/August 2016 und Mai bis Juli 2017, verteilter schriftlicher Fragebogen in vier Sprachen

¹⁹² Betrachtet man nur Befragte, die vor dem Besuch schon vom freien Eintrittsangebot wussten, nannten 68% den Besuchsgrund freier Eintritt (im Schnitt an den Museen 53%).

Im Museumsvergleich gaben die Befragten am LMW **am ehesten an nicht ins Museum zu kommen, wenn es Eintritt gekostet hätte.**¹⁹³ Ein relevanter Anteil gab aber auch im LMW an, den Besuch auch bei Eintrittspreisen zu unternehmen.

Im Publikum des LMW war der **hohe Anteil ausländischer Besucher** im Alten Schloss besonders auffällig (33%, im Schnitt an allen fünf Museen 13%). Auch in der Expertendiskussion bestätigten die Museumsverantwortlichen, dass sie seit Einführung des freien Eintritts mehr internationales Publikum beobachteten. Die interne Befragung über den längeren Zeitraum stellte ebenfalls hohe Anteile ausländischer Besucher fest.¹⁹⁴ In einer weiteren Befragung 2016/17 waren (ohne freien Eintritt und vergleichbar ohne Sonderausstellung) vor allem in den Sommermonaten ebenfalls über 30% internationale Besucher im Publikum. Insbesondere zu Beginn des freien Eintritts ermittelte die interne Befragung demnach aber mehr lokales und regionales Publikum und damit auch einen Effekt auf Besucher aus dem Nahbereich.

Die **Altersstruktur im LMW** lag mit einem Schnitt von 43 Jahren insgesamt im Durchschnitt der fünf Museen. Anteilig waren etwas mehr Jüngere im Publikum, v.a. 21- bis 30-Jährige (hierunter viele Touristen). Damit war das Publikum jünger als in der internen LMW-Studie (Schnitt 48 Jahre, dort war aber auch im Sommer mehr jüngeres Publikum) und ähnlich ausgeprägt wie 2016/17 ohne freien Eintritt, d.h. eine Verjüngung ist nicht festzustellen.

Hochschulabsolventen/Studierende stellten eine Publikumsmehrheit (63%, entsprechend dem Durchschnitt), womit nicht bestätigt werden kann, dass auffällig viele Personen mit niedrigeren Abschlüssen durch freien Eintritt erreicht wurden. Auch in den bisherigen Befragungen im LMW waren Personen mit (angestrebtem) Hochschulabschluss in der Mehrheit, aber etwas weniger deutlich (52% in der internen Studie, 2016/17 56% bis 64%). Möglicherweise verweist der niedrigere Akademikeranteil in der internen Studie darauf, dass sich durch freien Eintritt die Bildungsstruktur des Publikums etwas verändert. Niedrigere Bildungsabschlüsse hängen aber auch mit höheren Anteilen älterer Besucher zusammen, die in der Regel niedrigere Abschlüsse haben.

Dass durch freien Eintritt **mehr Personen, die im Allgemeinen selten in Museen gehen, angesprochen** wurden, kann im LMW als Tendenzergebnis gesehen werden (17%), diese Werte liegen leicht über dem Durchschnitt.¹⁹⁵ 2016/17 wurden ohne freien Eintritt etwas weniger seltene Museumsgänger erreicht (10%).

¹⁹³ Mit 29% der Befragten, die bei Eintrittspreisen eher nicht/auf keinen Fall gekommen wären, lag dieser Anteil leicht über dem Durchschnitt der Museen von 24%.

¹⁹⁴ Bei Anteilen ausländischer Besucher ist der Befragungszeitraum zu berücksichtigen, der vorliegend mit August/September 2018 zum Teil in der Reisezeit in den Sommerferien lag. In der internen Befragung waren die Anteile ausländischer Besucher unterschiedlich nach Befragungszeitraum und nicht ganz so deutlich wie in der aktuellen Untersuchung (18% Ausländer im Schnitt, im Sommer Anstieg auf 27%).

¹⁹⁵ 17% der Befragten im LMW gehen max. einmal jährlich in Museen im Allgemeinen, im Schnitt der fünf Museen 13%. in der internen Studie wurde dies nicht abgefragt.

Diese Ergebnisse untermauern einige Effekte, welche die Museumsverantwortlichen in der Expertendiskussion anführten. In den ersten Monaten mit freiem Eintritt beobachteten sie ein jüngeres und internationales, insgesamt „durchmischteres“ Publikum. Sie berichteten auch von wenig museumserfahrenen Besuchern, die zum Teil erhöhten Aufwand für Aufsichtspersonal und Restaurierung bedeuteten.

In der Besucherbefragung zeigte sich - zusammenhängend mit dem hohen Fernbesucheranteil - ein sehr **ausgeprägter Anteil von Erstbesuchern im Alten Schloss** (70%, im Schnitt an den Museen 42%). Auch die interne Befragung ergab Mehrheiten von Erstbesuchern (60%). 2016/17 lagen diese ohne freien Eintritt aber sogar bei bis zu 75% (v.a. im Sommer ohne Sonderausstellung), d.h. dies ist nicht nur durch freien Eintritt zu begründen.

Mit Erstbesuchen korreliert der **hohe Anteil von Spontanbesuchern bei freiem Eintritt** (45%, im Schnitt der fünf Museen 17%). In der internen Studie erfolgten etwas weniger spontane Besuche (33%), noch seltener 2016/17 ohne freien Eintritt (25%). Auch der kürzeste Aufenthalt im Vergleich der fünf Museen hängt mit den vielen Spontanbesuchern zusammen, die nicht so lange im Museum verweilen. Dass die Besucher etwas im Museum ausgaben, sagten weiterhin nur 7% aus (niedrigster Wert der fünf Museen, allerdings bestand zum Befragungszeitpunkt kein gastronomisches Angebot).

Insbesondere die spontanen Erstbesucher wurden **verstärkt über Außenwerbung am Gebäude auf den freien Eintritt aufmerksam** - und vermutlich auch auf das Museum insgesamt, z.B. wenn sie bei einer Stadtbesichtigung am Alten Schloss vorbeikamen. Der mit Abstand höchste Wert entfiel in der Befragung auf Aufmerksamkeit über Außenwerbung (41%, im Schnitt 15%). Dies bestätigte die interne Befragung mit 39% für Aufmerksamkeit über Banner am Alten Schloss. Auch Medienberichte waren im Vergleich der Museen bedeutend, obwohl das Angebot zum Befragungszeitpunkt schon ein halbes Jahr bestand.

Besuchsgründe neben freiem Eintritt waren ebenfalls durch die hohen Erstbesucheranteile bestimmt: 45% wollten einen allgemeinen Überblick über das Museum erhalten, 36% sind „am Gebäude vorbeigekommen und wollten es spontan kurz ansehen“. 19% nannten noch das Interesse an den Schausammlungen als primären Besuchsgrund.

In der internen Studie stand ebenfalls an erster Stelle „das Museum ansehen“ (60%), noch 15% sind „am Gebäude vorbeigekommen und wollten das Museum kurz ansehen“.¹⁹⁶

Besuchsanreize für das LMW - unabhängig vom aktuellen Besuchstag - waren für die Befragten von 13 abgefragten Möglichkeiten an erster Stelle „immer freier Eintritt für alle“. Diesem Anreiz wurde im Museumsvergleich im LMW am häufigsten zugestimmt, er stand hier sogar an erster Stelle, noch vor dem insgesamt am meisten genannten Zeitfaktor: 70% sagten aus, dass sie bei freiem Eintritt auf jeden Fall/eher häufiger ins LMW kommen würden. Dies hängt damit zusammen, dass der freie Eintritt als Besuchsgrund in diesem Museum am wichtigsten war und durch das vorhandene Angebot die Erwartungen entsprechend bestimmt

¹⁹⁶ In der Befragung 2016/17 war - ohne freien Eintritt - der Hauptbesuchsgrund das Interesse an Schausammlungen.

wurden. Auch „kostenfreie Begleitangebote“, der zweite abgefragte Aspekt der Preisgestaltung, erfuhren im LMW recht hohe Zustimmungswerte (51%).

Weitere häufig genannte Anreize waren „(noch) interessantere Ausstellungen“ (59% auf jeden Fall/eher ja), „längere Öffnungszeiten“ (44%) und „günstigerer ÖPNV“ (42%).

- Für das LMW lässt sich zusammenfassen, dass das durchgehend freie Eintrittsangebot im Alten Schloss zum Erhebungszeitpunkt deutliche Effekte zeigte. Der freie Eintritt wurde überdurchschnittlich oft als Besuchsgrund und als Anreiz für weitere Besuche genannt. Dies wird durch die interne Besucherstudie des LMW bestätigt.
- Zu berücksichtigen ist die spezifische erreichte Zielgruppe mit vielen Fernbesuchern, die spontan einen ersten Besuch im Alten Schloss unternahmen. Dies war zumindest teilweise durch den Erhebungszeitraum während der Reisezeit bedingt.
- Zudem hebt sich das LMW durch seinen Standort in der Innenstadt und sein Museumsgebäude im Alten Schloss von anderen Museen ab. Das Gebäude trug mit der auffälligen Außenwerbung zur hohen Besuchsfrequenz von Spontanbesuchern bei, die sich einen kurzen Überblick über das Museum verschaffen wollten.
- Zu bedenken ist, inwieweit der freie Eintritt am LMW ein Besuchsgrund für lokale Besucher und damit Wiederholungsbesucher ist, welche in der vorliegenden Befragung vergleichsweise weniger vertreten waren. In der internen Studie zeigten sich zu Beginn des freien Eintrittsangebots aber etwas höhere Anteile lokaler Besucher.

6.2 Staatsgalerie Stuttgart

In der SGS gab es das **vielseitigste freie Eintrittsangebot** der fünf Museen, weswegen zwei verschiedene Fragebögen eingesetzt wurden:

1) In der ersten Befragungsphase waren die **Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“** (1.5.-26.8.2018) sowie die **Sammlung** kostenfrei zu besichtigen, d.h. es bestand über mehrere Monate ein durchgehend eintrittsfreies Angebot. In einer Woche in diesem Zeitraum wurden Besucher befragt. Zudem **können Studierende und Auszubildende** dauerhaft die Sammlung täglich kostenfrei besichtigen und **bis 20-jährige Besucher** alle Ausstellungen kostenfrei.

2) Für alle Besucher gibt es **mittwochs** dauerhaft kostenfreien Eintritt in die Sammlung, daher wurde in der zweiten Phase an Mittwochen sowie vergleichend an anderen Wochentagen befragt.

Parallel war in beiden Phasen die kostenpflichtige Sonderausstellung „Ernst Ludwig Kirchner“ (29.6.-21.10.2018) zu sehen.

In der SGS wird insgesamt ein hoher Anteil von Karten kostenlos abgegeben: Fast jede zweite Karte im Jahr 2017, im ersten Halbjahr 2018 aufgrund der Jubiläumsausstellung sogar noch mehr.

Die Auswertung der Besuchsstatistik der SGS ergab für den eintrittsfreien Mittwoch, dass er im Jahr 2017 der zweitstärkste Tag nach Sonntag war, im 1. Halbjahr 2018 sogar der besuchsstärkste Tag. In den Jahren davor trug diese Maßnahme allerdings nicht dazu bei, dass der Mittwoch besser angenommen wurde als andere Tage, was darauf schließen lässt dass derartige Maßnahmen eine gewisse Einführungszeit benötigen.

Die Verantwortlichen der SGS **befürworteten in der Expertendiskussion freien Eintritt in die Dauerausstellung/Sammlung**. Sie sehen freien Eintritt als eine Möglichkeit Barrieren abzubauen und Nicht-Besucher anzusprechen, **neben weiteren Instrumenten**, wie zielgruppenspezifischen Vermittlungsformaten, digitalen Angeboten oder verbesserter Erreichbarkeit. Die Dauerausstellung kann aus ihrer Sicht durch freien Eintritt attraktiver werden.

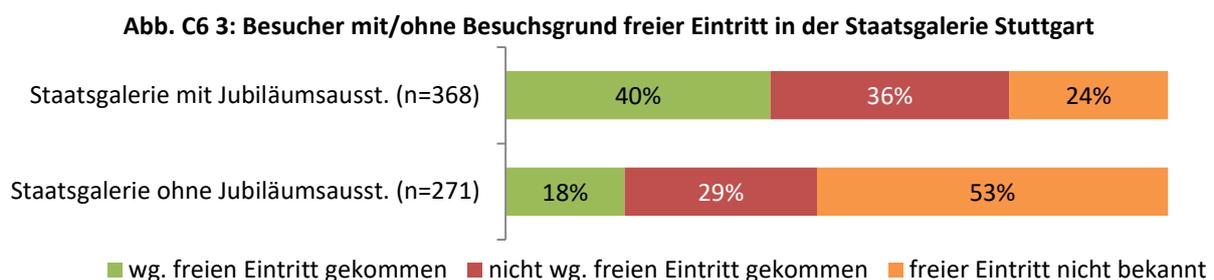
Zudem können Besuche so unkomplizierter erfolgen, insbesondere kürzere und wiederholte Besuche. Am eintrittsfreien Mittwoch wurde bisher ein diverseres und jüngeres Publikum beobachtet. Erhofft wird weiterhin, dass Vermittlungsangebote bei freiem Eintritt mehr genutzt werden sowie mehr im Museum ausgegeben wird.

Im Umgang mit Sponsoren würde die SGS flexibler werden, da Sponsoren aktuell den freien Eintritt für bestimmte Zielgruppen mitfinanzieren. Durch die differenzierten Eintrittsangebote bietet die SGS gegenwärtig bereits einem großen Publikumsteil freien Eintritt in die Sammlung, ein durchgehendes Angebot würde die komplexe Preisregelung aus ihrer Sicht vereinfachen.

Nach Meinung der Verantwortlichen der SGS, sollte der **freie Eintritt für die Dauerausstellung und nicht für die Sonderausstellungen gelten**. Für temporäre aufwändige Ausstellungen mit zahlreichen Leihgaben werden andere Zielgruppen fokussiert, aber Synergieeffekte mit der eintrittsfreien Sammlung erhofft. Dies sind einige ausgewählte Argumente aus der Expertendiskussion, die im Anhang 4 in den Tabellen mit Beispielaussagen ausführlich dargelegt werden.

Die Besucherbefragung in der SGS ergab **Unterschiede in der Bedeutung des freien Eintritts je nach Angebot**: Bei der kostenfreien Jubiläumsausstellung war freier Eintritt häufiger ein Besuchsgrund (**40%**) als in der Befragungsphase mit dem eintrittsfreien Mittwoch (18%) (vgl. Abb. C6 5, bezogen auf alle Befragten inkl. Anteil Angebot vorher unbekannt).¹⁹⁷

Das Mittwochsangebot war auch deutlich weniger Besuchern im Voraus bekannt (53% unbekannt). Hierbei ist zu berücksichtigen, dass parallel die Sonderausstellung zu Ernst Ludwig Kirchner gezeigt wurde, welche eine große Rolle als Besuchsanlass spielte. Am ehesten wussten die Befragten vom eintrittsfreien Mittwoch über eigene frühere Besuche, Internet und Tipps, während Werbemaßnahmen selten genannt wurden. Für die kostenfreie Jubiläumsausstellung waren Internetseiten und Tipps, wie auch Plakate, die häufigsten Nennungen.



Für die SGS sagten **vergleichsweise die meisten Besucher aus, auch bei Eintrittspreisen zu kommen**.¹⁹⁸ „Auf jeden Fall“ wären an eintrittsfreien Mittwochen 43% trotz Eintrittspreisen gekommen (auch Effekt der Sonderausstellung), im Schnitt der fünf Museen gaben dies deutlich weniger an (27%).

Im Jahr 2009 gab es in der SGS über einen Zeitraum von sechs Monaten ebenfalls freien Eintritt in die damals neugestaltete Sammlung, wozu auch Besucher befragt wurden. Diese Befragung unter gut 2.100 Besuchern ergab eine ähnlich hohe Bekanntheit des freien Eintritts (73% vor dem Besuch bekannt) als aktuell bei der Jubiläumsausstellung (76%). Damals waren vor allem Medienberichte eine wichtige Quelle, aktuell seltener.¹⁹⁹

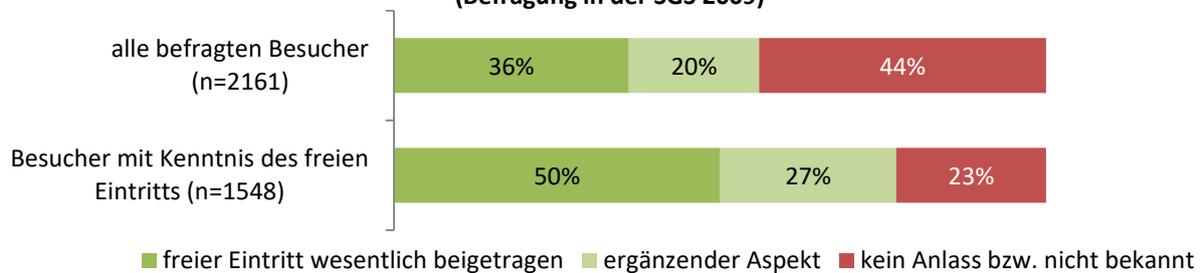
¹⁹⁷ Betrachtet man nur die Besucher, die bereits vor der Besichtigung vom freien Eintritt wussten, wurde der Besuchsgrund von 53% bei kostenfreier Jubiläumsausstellung und Sammlung genannt (was genau im Schnitt der fünf Museen liegt), gegenüber 38% in Phase 2 beim eintrittsfreien Mittwoch.

¹⁹⁸ Rund 60% hätten in beiden Phasen auf jeden Fall/eher ja bei Eintrittspreisen die SGS besichtigt, im Schnitt der fünf Museen 55%.

¹⁹⁹ vgl. Klein /Wegner 2009: Befragung im Frühjahr 2009 während des freien Eintritts über 6 Monate, schriftliche Befragung von 2.161 Individualbesuchern ab 14 Jahren

2009 sagten 36% der Besucher aus, dass der **freie Eintritt wesentlich zu ihrem Besuch beigetragen hat**, (zusammen mit freiem Eintritt als ergänzendem Anlass 56%, vgl. Abb. C6 6). Bei der aktuellen Untersuchung zur Jubiläumsausstellung nannten 40% den Besuchsgrund, also ein recht ähnlicher Anteil.²⁰⁰

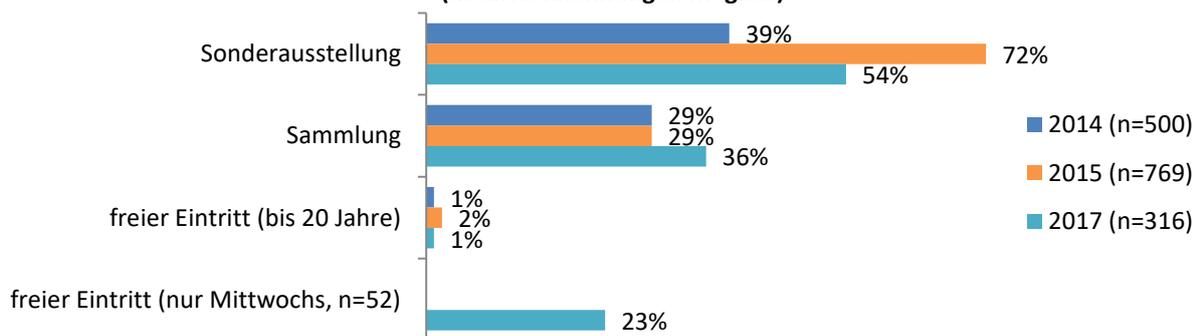
Abb. C6 4: Hat der kostenlose Eintritt als Anlass für Ihren heutigen Besuch eine Rolle gespielt? (Befragung in der SGS 2009)



In den Jahren 2014 bis 2017 erfolgten in der SGS weitere Besucherbefragungen.²⁰¹ Bei der Ermittlung von Besuchsgründen wurde hier **auch der freie Eintritt für bis 20-Jährige und/oder an Mittwochen abgefragt** (siehe Abb. C6 7). Die Besuchsgründe Sonderausstellungen und Sammlung spielten demgegenüber allerdings eine deutlich größere Rolle, insbesondere der freie Eintritt für bis 20-Jährige wurde nur sehr vereinzelt angeführt.²⁰² Häufiger wurde der freie Mittwochseintritt genannt, allerdings nur von einer geringen absoluten Anzahl an Befragten.²⁰³

Auch in der aktuellen Befragung waren die Jubiläumsausstellung, die Sammlung sowie die Sonderausstellung zu Ernst Ludwig Kirchner wichtige Besuchsmotive.²⁰⁴

Abb. C6 5: Besuchsgründe in bisherigen Besucherbefragungen der Staatsgalerie Stuttgart (Mehrfachnennungen möglich)



²⁰⁰ Beim Vergleich der beiden Befragungen sind die anders formulierten Antwortkategorien zu berücksichtigen.

²⁰¹ vgl. Burk 2014: mündliche Befragung von 500 Individualbesuchern; Bächle et al. 2015: mündliche Befragung von 769 Individualbesuchern; Hofmann et al. 2017: mündliche Befragung von 316 Individualbesuchern

²⁰² Zu berücksichtigen ist beim Besuchsgrund „freier Eintritt bis 20 Jahre“ in den Vergleichsbefragungen, dass diese betreffenden jüngeren Altersgruppen nur selten im Publikum vertreten waren.

²⁰³ Der freie Eintritt am Mittwoch galt nur an einem Befragungstag, die Nennung bezieht sich daher nur auf die absolute Zahl von 52 Befragten.

²⁰⁴ Jubiläumsausstellung (40% als Besuchsgrund in Phase 1), Sammlung (26% in Phase 1 und 31% in Phase 2), Sonderausstellung zu Ernst Ludwig Kirchner (21% in Phase 1 und v.a. 44% in Phase 2)

In der SGS war vorliegend das **durchschnittlich älteste Publikum** der fünf Museen anzutreffen (Altersschnitt 49 Jahre, gesamt 43 Jahre). Ein Drittel war über 60 Jahre alt, was typisch für viele Kunstmuseen ist.²⁰⁵ In der Vergleichsbefragung 2009 mit freiem Eintrittsangebot war ebenfalls rund ein Drittel über 60 Jahre alt, in den anderen Studien 2014 bis 2017 (ohne freien Eintritt) lag dieser Wert zum Teil noch etwas höher.

Trotz eines durchschnittlich älteren Publikums, das in der Regel über weniger hohe Bildungsabschlüsse verfügt, war der Anteil von **Hochschulabsolventen/Studierenden in der SGS mit zwei Dritteln ausgeprägt** (im Schnitt der fünf Museen 62%). 2009 lag der Wert bei freiem Eintritt etwas niedriger (52%).

Zusammenhängend mit dem hohen Akademikeranteil **besuchen vergleichsweise die meisten Befragten auch andere Museen regelmäßig.**²⁰⁶ Dies ist ebenfalls typisch für das Publikum von Kunstmuseen.

Die SGS zog auch **besonders viele Wiederholungsbesucher** mit mehr als vier bisherigen Aufenthalten an (46%, im Schnitt der fünf Museen 31%). Dies traf auch in den Vergleichsstudien zu, unabhängig vom freien Eintrittsangebot.²⁰⁷

Betrachtet man die Begleitformen, waren **vergleichsweise wenig Familien in der SGS** (14%, im Schnitt der fünf Museen 35%), häufiger war die Begleitung durch Partner oder auch unbegleitete Besuche. 2009 waren bei der Befragung zu freiem Eintritt etwas mehr Familienbesucher (21%), wobei auch die unterschiedlichen Befragungszeiträume mit Ferienzeiten zu beachten sind. In den übrigen Vergleichsbefragungen fielen Anteile von Familien ähnlich wie aktuell aus.²⁰⁸

Als Anreize für häufigere Besuche der SGS - über den aktuellen Besuchstag hinaus - stand an erster Stelle der Zeitfaktor.²⁰⁹ An zweiter Stelle wurde von 62% „**freier Eintritt für alle**“ genannt (auf jeden Fall/eher ja), damit etwas öfter als im Durchschnitt der fünf Museen (Schnitt 57%).

Ähnlich oft wurden „(noch) interessantere Ausstellungen“ (55%) und „längere Öffnungszeiten“ (54%) angeführt, gefolgt von „günstigeren Eintrittspreisen“ (50%). Öffnungszeiten und günstigere Preise wurden in der SGS häufiger als im Durchschnitt genannt, v.a. günstigere Preise lagen im Schnitt der fünf Museen nur bei 39%. Hier können die Eintrittspreise der parallelen kostenpflichtigen Sonderausstellung Einfluss haben.

²⁰⁵ vgl. Wegner 2015b, S. 260 ff.

²⁰⁶ 24% der Befragten in der SGS gehen mind. 10-mal jährlich in Museen im Allgemeinen, im Schnitt der fünf Museen 16%. In der Befragung 2009 fiel dieser Anteil mit 19% etwas geringer aus.

²⁰⁷ Vorliegend wurden 31% Erstbesucher in der SGS angetroffen, ähnlich viele 2009 mit freiem Eintritt 28%, aber auch in den Befragungen ohne freien Eintritt 2014 26%, 2015 28%, 2017 31%.

²⁰⁸ Anteile von Familienbesuchern in den Befragungen der SGS: 2014 11%, 2015 14%, 2017 17% Familien

²⁰⁹ „Wenn sie mehr Zeit hätten“ würden 69% der Befragten auf jeden Fall/eher ja häufiger in die SGS kommen, dies entspricht auch dem Durchschnitt der fünf Museen von 67%.

Eine **Nicht-Besucherbefragung der SGS aus dem Jahr 2017**²¹⁰ erhob darüber hinaus Meinungen von gut 600 Befragten in der Stuttgarter Innenstadt zu den Eintrittspreisen der SGS. Die Preise (abgefragt: Sammlung 7 Euro, Sonderausstellung 12 Euro) wurden von einer Mehrheit der befragten Nicht-Besucher als angemessen empfunden.²¹¹

Ob sie die SGS häufiger besuchen würden, wenn die ständige Sammlung einmal die Woche kostenlos wäre, war eine weitere Frage dieser Nicht-Besucherstudie. Dies bejahten 33% bis 39% der Nicht-Besucher (ältere etwas häufiger als jüngere) und damit keine absoluten Mehrheiten. Auch bei dieser Nicht-Besucherstudie gibt es demnach keine Hinweise darauf, dass bisherige Nichtbesuche primär durch Eintrittspreise bedingt sind.

- Die Befragungsergebnisse in der SGS zeigen Unterschiede in der Bedeutung des freien Eintritts danach, ob dieser über einen längeren Zeitraum wie bei der Jubiläumsausstellung angeboten wird oder an einem einzelnen Wochentag: Während der Zeit der Jubiläumsausstellung war der freie Eintritt häufiger ausschlaggebender Besuchsanlass als an den eintrittsfreien Mittwochen.
- Zudem ist zu berücksichtigen, dass das eintrittsfreie Mittwochsangebot gut der Hälfte der Befragten vor dem Besuch unbekannt war - wobei der häufige Besuchsgrund Sonderausstellung in diesem Zeitraum zu beachten ist.
- Eine Vergleichsstudie zu mehreren Monaten freien Eintritt in der SGS 2009 bestätigt die vorliegenden Effekte.
- Neben freiem Eintritt waren interessante Ausstellungen und längere Öffnungszeiten häufiger genannte Besuchsanreize. Auch für günstigere Preise sprachen sich die Besucher vergleichsweise oft aus, diese wurden an den anderen Museen seltener genannt.
- Die für Kunstmuseen typischen Publikumsstrukturen erfuhren sowohl in der aktuell vorliegenden Befragung als auch in der Vergleichsbefragung 2009, ebenfalls mit freiem Eintritt, keine grundsätzliche Änderung durch die freien Eintrittsangebote. Ein durchschnittlich älteres und höher gebildetes Publikum mit vielen Wiederholungsbesuchern bestätigte sich auch in den weiteren Besucherbefragungen ohne freien Eintritt.

²¹⁰ vgl. Burk/Neff 2017: Befragung in der Stuttgarter Innenstadt an 2 Tagen im Mai 2017, 619 Befragte

²¹¹ 71% der befragten Nicht-Besucher unter 20 Jahre urteilten zu den Eintrittspreisen der SGS mit angemessen, noch mehr bei älteren Befragten (88% der Befragten über 60 Jahre).

6.3 ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe

Im ZKM Karlsruhe war seit Oktober 2017 mit „**Open Codes**“ eine **kostenfreie Sonderausstellung über einen längeren Zeitraum zu sehen** (Laufzeit 20.10.2017-7.4.2019, mehrfach verlängert bis 2.6.2019). Elf Monate nach Eröffnung erfolgte dort die Besucherbefragung. Charakteristisch für „Open Codes“ als „Bildungsexperiment“ war nicht nur freier Eintritt in die Ausstellung (im Unterschied zu den anderen Museen auch ohne Gang an die Kasse für eine Freikarte), auch Getränke, Obst, WLAN-Arbeitsplätze und Veranstaltungen waren dort kostenfrei. „Open Codes“ bewirkte im ZKM für das Jahr 2018 einen Besuchszuwachs von etwa 20% gegenüber 2017.

Parallel zu „Open Codes“ zeigte das ZKM weitere Ausstellungen, für die Eintrittspreise erhoben wurden. **Freitags ab 14 Uhr** sind im ZKM alle Ausstellungen kostenfrei zu besichtigen, an Freitagen wurde deswegen auch vergleichend befragt.

Die Verantwortlichen des ZKM **positionierten sich in der Expertendiskussion pro freiem Museumseintritt**. Sie zielen damit auf eine Gleichbehandlung der Besucher und freien Zugang zu Wissen, der auf die „Wissensgesellschaft“ vorbereiten soll. Sie wollen Hemmschwellen vermeiden und Bürgern freie Besuche ihrer Sammlung ermöglichen. Weiterhin sollen Wiederholungsbesuche vereinfacht werden, um den Besuchern ausreichend Zeit für eine notwendige Auseinandersetzung mit den Ausstellungsinhalten zu bieten.

Freier Eintritt wird auch hier als ein Instrument von mehreren für die Museumsöffnung und das Erreichen von Nicht-Besuchern gesehen, welche zusätzlich durch Vermittlungsangebote abgeholt werden müssen.

Weitere angeführte Instrumente waren u.a. Guides in den Ausstellungen, digitale Angebote, verlängerte Öffnungszeiten und bessere Erreichbarkeit.

Das besondere Ausstellungsformat von „Open Codes“ wird von den Museumsverantwortlichen als schwer vergleichbar zu anderen Ausstellungen im ZKM sowie anderen Museen eingeschätzt. Dem freien Eintritt wird hier ein Teil des Publikumserfolgs zugeschrieben, welcher aber nicht isoliert von anderen Elementen gesehen werden kann. Die kostenfreien Freitagnachmittage werden als gut besucht beschrieben, viele Besucher kämen gezielt, darunter auch zahlreiche Familien.

Im Unterschied zu LMW und SGS sprechen sich die Verantwortlichen des ZKM gegen freien Eintritt nur in die Dauerausstellungen aus. Sie verweisen auf die Sonderrolle ihrer Ausstellungsformate mit einer aufwändigen und betreuungsintensiven Sammlung, die nicht in einer dauerhaften Präsentation zu sehen ist. Sie **plädieren daher für freien Eintritt in alle Ausstellungen** und zeigen sich skeptisch, wenn bei kostenfreien Dauerausstellungen gleichzeitig Sonderausstellungen aber zu hohen Eintrittspreisen angeboten würden.

In der Besucherbefragung am ZKM ergab sich für den Besuchsgrund freier Eintritt ein vergleichsweise niedriger Wert mit 26% (33% im Schnitt der fünf Museen, alle Befragten auch inkl. Anteil der Besucher ohne vorherige Angebotskenntnis). Hier zeigt sich, dass der **freie Eintritt nicht losgelöst von anderen Elementen der Ausstellung „Open Codes“ analysiert werden kann**, denn die Ausstellung insgesamt wurde mit 54% häufiger als Besuchsgrund angeführt. Eine große Mehrheit von 94% besichtigte „Open Codes“, während die parallel gezeigten Ausstellungen deutlich seltener angesehen wurden - dies auch an kostenfreien Freitagnachmittagen.²¹²

Zwei Dritteln war der **freie Eintritt in „Open Codes“ vor dem Besuch bekannt** (ähnlich dem Schnitt der fünf Museen mit 63%). Diese wurden am ehesten aufmerksam über Internetseiten und Tipps sowie eigene frühere Besuche.

Ob die befragten **Besucher (wahrscheinlich) auch bei Eintrittspreisen ins ZKM gekommen wären**, bejahte etwas über die Hälfte (54% auf jeden Fall/eher ja), was im Schnitt der fünf Museen liegt. Für 22% wären Eintrittspreise eine explizite Barriere gewesen.

Weitere, aber vergleichsweise nicht so häufig aufgeführte, **Besuchsgründe neben „Open Codes“ und freiem Eintritt** waren ein allgemeiner Überblick über das Museum (24%), die Begleitung (13%) oder auch Vermittlungsangebote (12%). In Vergleichsstudien am ZKM aus den Jahren 2011 bis 2017 waren Besuchsgründe vor allem das Interesse an den Ausstellungen oder allgemein am ZKM.²¹³ Der freie Eintritt an Freitagnachmittagen wurde hier nicht als Besuchsmotiv abgefragt.²¹⁴

In einigen der vorhandenen Befragungen wurde aber eine **Einschätzung der Eintrittspreise des ZKM** erbeten: Stets fanden die Befragten die Preise mehrheitlich gut oder angemessen.²¹⁵

Das Publikum des ZKM ist **jünger als der Durchschnitt der fünf Museen** (Altersschnitt 37 Jahre, gegenüber 42 Jahre). Vor allem 20- bis 30-Jährige waren häufig vertreten (34%), darunter viele Studierende. In den Vergleichsstudien am ZKM war dieser Prozentsatz etwas geringer.²¹⁶

²¹² Bei Angaben zu besichtigten Ausstellungen im ZKM ist der Standort der Befragung in der Nähe des Ein- und Ausgangs von „Open Codes“ zu berücksichtigen, andere Ausstellungen konnten auch über andere Ausgänge verlassen werden. Die Besuchszahlen der kostenpflichtigen Ausstellungen sind im Vergleich zu Besuchszahlen der Vorjahre nach Aussage der Verantwortlichen aber nicht geringer geworden.

²¹³ Vergleichsstudien zu Besuchsgründen am ZKM: Ausstellungen (2011/12 30%, 2013 32%), allgemeines Interesse am ZKM (2015 50%, 2017 60%)

²¹⁴ vgl. Rölller 2012: Befragung von 817 Besuchern in den Jahren 2011 und 2012; Eberhardt 2014: Befragung von 435 Besuchern im Jahr 2013; Eberhardt 2015: Befragung von 414 Besuchern im Jahr 2014; weiterhin Befragung von 165 Besuchern im Jahr 2015 (ohne Autor); Befragung von 897 Besuchern im Jahr 2017 (ohne Autor)

²¹⁵ Bewertung von Eintrittspreisen des ZKM in Besucherstudien: 2013 92% sehr gut/gut, 2014 95% sehr gut/gut, 2015 71% angemessen/20% günstig

²¹⁶ Anteile von 20- bis 30-Jährigen in bisherigen Besucherstudien am ZKM: 2011/12 23%, 2013 26%, 2014 21%, in den übrigen Studien wurde das Alter anders abgefragt

Damit zusammen hing der **durchschnittlich höchste Anteil von Akademikern/Studierenden** (71% – im Schnitt der fünf Museen 62%). Dieser war in den Vergleichsbefragungen am ZKM ebenfalls deutlich, aber nicht ganz so stark ausgeprägt (2015 66%, 2017 60% Akademiker/Studierende).

Auch dass die Befragten im Allgemeinen häufiger in Museen gehen, ist von der hohen Akademikerquote beeinflusst: Im ZKM fanden sich die **zweitmeisten regelmäßigen Museumsbesucher**.²¹⁷

Erstbesucher des ZKM waren im Vergleich der Museen eher weniger im Publikum (35%, im Schnitt der fünf Museen 42%).²¹⁸

Von den 13 abgefragten **Besuchsanreizen für das ZKM** - über den aktuellen Besuchstag hinaus - nannten die Befragten am häufigsten „mehr Zeit“.²¹⁹ Diesem Aspekt wurde auch insgesamt am häufigsten zugestimmt. An zweiter Stelle stand „**immer freier Eintritt für alle**“, den 62% als Besuchsanreiz anführten und damit etwas mehr als im Schnitt (57% auf jeden Fall/eher ja). Hier zeigt sich der Einfluss der kostenfreien Ausstellung auf die Besuchererwartungen.

Gefolgt wird dies von „(noch) interessanteren Ausstellungen“ mit 56% Zustimmung und „längeren Öffnungszeiten“ mit 53% (damit höher als im Schnitt von 48%).

- Das Ausstellungsexperiment „Open Codes“ war eine Besonderheit im ZKM. Freier Eintritt war hier fester Bestandteil neben weiteren kostenfreien Angeboten. Daher ist der Effekt des freien Eintritts im ZKM besonders schwer isoliert zu analysieren. Hierdurch ist zu begründen, dass freier Eintritt vergleichsweise seltener als Besuchsgrund angeführt wurde, häufiger aber die gesamte Ausstellung „Open Codes“.
- „Open Codes“ ist in der Untersuchung dominant: Die Ausstellung wurde von fast allen Befragten besucht. Seltener sahen sie die parallel gezeigten kostenpflichtigen Ausstellungen, auch wenn diese an Freitagnachmittagen ebenfalls kostenfrei waren. Dies wäre langfristiger zu prüfen.
- Bei Anreizen für häufigere Besuche des ZKM über den Besuchstag hinaus zeigt sich, dass freier Eintritt eine wichtige Rolle für die Besucher spielt (neben mehr Zeit). Die Erwartungen sind entsprechend durch „Open Codes“ beeinflusst. Gefolgt wird dies von den Anreizen interessante Ausstellungen und verlängerte Öffnungszeiten.

²¹⁷ 21% der Befragten im ZKM gehen mind. 10-mal jährlich im Allgemeinen in Museen, im Schnitt der fünf Museen mit 16% etwas weniger.

²¹⁸ Erstbesucheranteile im ZKM variieren in den Vergleichsstudien, vermutlich auch je nach Museumsangeboten zum Befragungszeitpunkt (2015 24% Erstbesucher, 2017 37%).

²¹⁹ 68% würden auf jeden Fall/eher häufiger ins ZKM kommen, wenn sie mehr Zeit hätten - im Schnitt der fünf Museen ähnliche 67%.

- Das ZKM erreicht ein vergleichsweise jüngeres Publikum, mit vielen Studierenden und Hochschulabsolventen sowie allgemein regelmäßigen Museumsgängern. Weiterhin gab es hohe Anteile von Wiederholungsbesuchern aus der näheren Umgebung. Diese Ergebnisse werden zum Teil durch die bisherigen Befragungen am ZKM gestützt, es sind aber auch angebotsspezifische Unterschiede vorhanden. Eine grundsätzliche Veränderung der Besucherstrukturen durch freien Eintritt wäre daher im ZKM weiter zu überprüfen.
- Im ZKM sind die Ausstellungsformate nicht klassisch in Dauer- und Sonderausstellung getrennt, die betreuungsintensive Sammlung wird nicht in einer Dauerpräsentation gezeigt. Inwieweit freier Eintritt daher nur in die Sammlungsausstellung sinnvoll ist, ist zu bedenken.

6.4 Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe

Im SMNK gibt es seit 1. Juli 2017 am **Freitag ab 13 Uhr das Angebot, kostenfrei die Dauerausstellung und kleine Sonderausstellungen zu besichtigen**. Im Untersuchungszeitraum war parallel die Große Landesausstellung „Flusspferde am Oberrhein – wie war die Eiszeit wirklich?“ zu sehen, welche auch freitags Eintritt kostete. Befragt wurde an kostenfreien Freitagen sowie an anderen Tagen. Mit einem Nachmittag verfügt das SMNK damit über das vergleichsweise geringste freie Eintrittsangebot der betrachteten Landesmuseen (abgesehen vom TECHNOSEUM ohne spezielles Angebot).

Die Besuchsstatistik des SMNK weist aus, dass die Besuche an Freitagen seit Angebotseinführung leicht gestiegen sind, die Gesamtsumme der Besuche aber eher unverändert geblieben ist. Es hat demnach eher eine Verschiebung der Besuche auf den eintrittsfreien Tag stattgefunden.

Die Verantwortlichen des SMNK zeigten sich in der Expertendiskussion **deutlich skeptisch gegenüber der Einführung von durchgehend freiem Eintritt in ihre Dauerausstellung**. Sie begründeten dies unter anderem mit günstigen Eintrittspreisen sowie zahlreichen Ermäßigungen wie Familien- und Jahreskarten. Die Ticketstatistik bestätigte für das SMNK einen hohen Anteil ermäßigter Eintritte. Durch den vorhandenen eintrittsfreien Freitagnachmittag haben sie nach eigener Ansicht zudem ausreichend auf Bedürfnisse entsprechender Zielgruppen reagiert.

Barrieren und Schwellenängste gegenüber einem Besuch im SMNK werden zudem weniger befürchtet, da aus ihrer Sicht bereits ein breites Publikum erreicht wird. Die Besucherbefragung ergab hierzu, dass das SMNK das Museum mit dem vergleichsweise breitesten Bildungsniveau ist und besonders viele Familien anspricht (siehe auch folgender Abschnitt).

Weiterhin weisen die Museumsverantwortlichen auf die **hohe Bedeutung ihrer Dauerausstellung mit dem Vivarium und Lebendtierbereichen** hin, welche im SMNK das Zugpferd darstellt. Diese ist auch mit höheren Kosten für den Unterhalt verbunden. Die Verantwortlichen sehen durch freien Eintritt eine Gefahr der Abwertung der Dauerausstellung und würden eine andere Definition ihrer eintrittsfreien Bereiche erwägen, d.h. dass die Lebendtierbereiche nicht als kostenfreier Dauerausstellungsbereich angeboten würden. Bei der Rolle der Dauerausstellungen und der Frage, welche Bereiche eintrittsfrei sein sollten, werden demnach starke Unterschiede nach Museumsgattungen deutlich.

Bei freiem Eintritt werden im SMNK zudem Kapazitätsprobleme befürchtet, da die Dauerausstellungsräume und sanitären Anlagen an stark besuchten Tagen ohnehin gefüllt sind und es zu neuen Anforderungen an das Warteschlangenmanagement und Sicherheitsfragen kommen könnte.

Als wichtigere Instrumente für eine weitere Museumsöffnung werden im SMNK insbesondere zielgruppenspezifische Vermittlungsangebote genannt, u.a. speziell für Jugendliche oder auch inklusive und digitale Angebote. Dies sind einige ausgewählte Argumente aus der Expertendiskussion, die im Anhang 4 in den Tabellen mit Beispielaussagen ausführlich dargelegt werden.

Die Besucherbefragung im SMNK ergab, dass **der eintrittsfreie Freitagnachmittag recht vielen Befragten vor dem Besuch nicht bekannt war** (45%). Das Angebot bestand zu diesem Zeitpunkt allerdings erst seit einem Jahr. Die Kenner wurden am ehesten aufmerksam über Internetseiten und Tipps, auch über eigene frühere Besuche. Spezielle Werbemaßnahmen des Museums wurden hingegen kaum angeführt.

Wussten die Befragten aber vom Angebot, **nannten recht viele den freien Eintritt als Besuchsgrund**: 58% sagten dies aus (im Schnitt an den fünf Museen 53%) – inkl. aller Befragter nannten 32% den Besuchsgrund. Die Frage, ob sie **auch bei Eintrittspreisen ins Museum gekommen wären**, ergab recht durchschnittliche Antworten: Eine Mehrheit von 59% wäre dennoch gekommen.²²⁰

Charakteristisch für das Publikum des SMNK ist vor allem der **hohe Prozentsatz von Familien**, mit 58% waren hier die meisten Familien anzutreffen (im Schnitt der fünf Museen 35%). Im SMNK sind zwei **Besucherbefragungen** aus den Jahren 2007 und 2013 vorhanden, deren Ergebnisse zum Teil verglichen werden können.²²¹ Diese bestätigen den hohen Familienanteil mit ähnlichen Werten (unabhängig vom freien Eintritt).

Das Publikum war eher jünger (Altersdurchschnitt 37 Jahre, insgesamt an den fünf Museen 42 Jahre). Neben 20- bis 30-Jährigen waren vor allem die Altersgruppen 30 bis 50 Jahre mit vielen Familienbesuchern vertreten. In den Vergleichsbefragungen des SMNK waren die Altersgruppen 30 bis 50 Jahre noch etwas häufiger anzutreffen. Zu beachten ist, dass in allen Befragungen keine Kinder und Schulgruppen einbezogen wurden, die aber im SMNK eine Hauptzielgruppe darstellen.

Zudem weist das Publikum des SMNK das **vergleichsweise breiteste Bildungsniveau der fünf Museen** auf, die Hälfte waren Akademiker/Studierende (im Schnitt der Museen 62%). Die beiden Vergleichsbefragungen ergaben mit rund 40% noch etwas geringere Akademikeranteile.

Das SMNK **erreicht vor allem viele lokale Besucher** aus der Stadt Karlsruhe und dem Nahbereich, hier waren mit 12% die wenigsten Besucher aus anderen Bundesländern und dem Ausland (im Schnitt der fünf Museen 28%).²²² Auch die Vergleichsbefragungen 2007 und 2013 ergaben einen ähnlich hohen Anteil von zwei Dritteln Besuchern aus dem Nahbereich.

Das vergleichsweise breite Bildungsniveau des Publikums schlägt sich auch in den Angaben zur allgemeinen Museumsbesuchshäufigkeit nieder: Im SMNK waren **etwas weniger häufige Museumsbesucher** als in den anderen Museen.²²³

²²⁰ Am SMNK wäre eine Mehrheit von 59% auf jeden Fall/eher ja auch bei Eintrittspreisen gekommen, 24% eher nein/auf keinen Fall – an den fünf Museen durchschnittlich 55% und 24%.

²²¹ vgl. Klein/Klumpp 2008: schriftliche Befragung in 2007, darunter auch Befragung von 1.098 Individualbesuchern, die vorliegend verglichen wird; Antonatou/Leiacker (2014): schriftliche Befragung von 1.581 Individualbesuchern in einer Sonderausstellung 2013

²²² Beim geringeren Anteil ausländischer Besucher ist zu beachten, dass am SMNK kein englischer Fragebogen eingesetzt wurde.

²²³ 9% der Befragten im SMNK besuchen Museen im Allgemeinen 10-mal und öfter im Jahr, im Schnitt 16%.

Zusammenhängend mit dem hohen Prozentsatz lokaler Besucher gab es **viele Stammesbesucher im SMNK**, nach der SGS der zweithöchste Wert mit 42% (Schnitt 31%). Auch die Vergleichsbefragungen ermittelten hohe Anteile für Wiederholungsbesuche (ebenfalls unabhängig vom freien Eintritt).

Die von den Museumsverantwortlichen angesprochene **hohe Bedeutung der Dauerausstellung bestätigt die Besucherbefragung**: 81% haben die Dauerausstellung mit Vivarium besichtigt, noch 44% die parallel zu sehende, kostenpflichtige Große Landesausstellung. An eintrittsfreien Freitagnachmittagen wurde die Große Landesausstellung etwas seltener besucht (34%), spielte aber immer noch eine relevante Rolle für einige Besucher.

Besuchsgründe der Befragten waren demnach am ehesten ein allgemeiner Überblick über das Museum (34%), gefolgt von Vivarium (31%) und Dauerausstellung (26%) sowie der kostenpflichtigen Sonderausstellung (26%).

Die 13 abgefragten **Besuchsanreize für das SMNK** - unabhängig vom aktuellen Besuchstag - erfuhren im Vergleich der fünf Museen die vergleichsweise geringste Zustimmung. Möglicherweise wurden diese von dem hohen Anteil an Stammesbesuchern, die sowieso ins Haus kommen, als weniger zutreffend empfunden. Die höchste Zustimmung erhielt der - auch insgesamt am häufigsten genannte - Zeitaspekt (61% würden auf jeden Fall/eher häufiger ins SMNK kommen, wenn sie „mehr Zeit hätten“). An zweiter Stelle standen - damit noch vor freiem Eintritt - „(noch) interessantere Ausstellungen“ als Besuchsanreiz (50%).

Dass sie bei „**freiem Eintritt für alle**“ auf jeden Fall/eher häufiger ins SMNK kommen würden, bestätigten mit 45% vergleichsweise weniger Besucher (im Schnitt 57%). Eher hoch ist demgegenüber der Prozentsatz derjenigen, die bei „freiem Eintritt für Kinder und Jugendliche“ häufigere Besuche unternehmen würden (40%, gesamt 43%).

- Das freie Eintrittsangebot an Freitagnachmittagen hat im SMNK gewisse Effekte. Bei Kenntnis des Angebots zeigen sich recht hohe Besucheranteile, für die der freie Eintritt ausschlaggebend war.
- Zu überdenken ist aber die ausbaufähige Bekanntheit des Angebots unter den Besuchern, dieses bestand zum Befragungszeitpunkt allerdings erst etwa ein Jahr.
- Insgesamt erreicht das SMNK - sowohl an Freitagnachmittagen, aber auch an Tagen mit Eintrittspreisen - ein vergleichsweise breites Publikum. Unter den Besuchern sind viele Familien, Stammesbesucher, Personen aus der näheren Umgebung und weniger Hochschulabsolventen als in anderen Museen.
- Freier Eintritt wird im SMNK weniger oft als an den anderen Museen als Anreiz für häufigere Besuche genannt, öfter werden neben mehr Zeit auch interessantere Ausstellungen angeführt.
- Die hohe Bedeutung der aufwändigen Dauerausstellung mit dem Vivarium ist im SMNK besonders zu berücksichtigen, die Dauerausstellung wird häufig besucht und ist auch oft der Besuchsgrund. Auswirkungen des freien Eintritts speziell nur in Dauerausstellungen sind im SMNK zu prüfen.

6.5 TECHNOSEUM Mannheim

Das TECHNOSEUM war in der Stichprobe der fünf Museen das **Museum ohne spezielles freies Eintrittsangebot**. Dort gibt es jährlich vier anlassbezogene eintrittsfreie Sondertage, die aber nicht im Befragungszeitraum lagen. Im Zeitraum der Befragung wurden 16% der Eintrittstickets als freier Eintritt ausgegeben, v.a. über Museumspass, Familienpass und Freundeskreismitgliedschaft.

In der Expertendiskussion **sprachen sich die Verantwortlichen des TECHNOSEUM gegen die Einführung des freien Eintritts aus**. Schwierigkeiten sehen sie unter anderem in Kapazitätsproblemen in der ohnehin gut besuchten Dauerausstellung, die insbesondere von vielen Schulklassen und sonstigen Gruppen frequentiert wird. Durch die interaktiven Elemente und Vermittlungsangebote müssen die Gruppen in der Ausstellung gesteuert werden, was sich ohne Eintrittspreise und Gruppenanmeldungen erschweren könnte. Hier zeigt sich zusammen mit dem SMNK, dass die naturwissenschaftlichen Museen auf **Unterschiede in der Rolle ihrer Dauerausstellungen** verweisen: Im TECHNOSEUM ist die Dauerausstellung mit der interaktiven Elementa das „Zugpferd“ und die deutlich aufwändigere und kostenintensivere Ausstellung.

Da das TECHNOSEUM zudem als einziges Haus ein Kombiticket für Dauer- und Sonderausstellung hat (ohne Aufpreis und gesonderter Zahlung für die Sonderausstellung), wird dort auch die Erhebung von Eintrittspreisen nur für die kleineren Sonderausstellungen als nicht sinnvoll eingeschätzt.

Die Verantwortlichen betrachten weiterhin die Eintrittspreise nicht als entscheidende Besuchsbarrieren, sondern an erster Stelle mangelndes Interesse von Nicht-Besuchern, wie auch den weniger zentralen Standort des Museums und erschwerte Erreichbarkeit. Sie sehen ein breites Publikum als bereits erreicht, insbesondere in der Hauptklientel von Kindern und Jugendlichen über Schulklassen- und Familienbesuche, für welches ihrer Einschätzung nach ein günstiges Preis-Leistungsverhältnis mit inkludierten Vermittlungsformaten geboten wird. Diesbezüglich wird auch befürchtet, dass Vermittlungsangebote weniger genutzt werden, wenn sie bei freiem Eintritt nicht mehr wie aktuell pauschal im Eintrittspreis enthalten wären. Weitere Bedenken waren Auswirkungen durch freien Eintritt auf den Umgang mit den Freundeskreismitgliedern, Jahreskarten und Museumspässen, Sponsoren und Kooperationspartnern sowie fehlende Planungssicherheit.

Wichtigere Instrumente für eine weitere Öffnung waren aus Museumssicht Shuttleangebote zum Beispiel für Schulklassen aus weniger erreichten Gebieten, verlängerte Öffnungszeiten sowie verstärkte zielgruppenspezifische Vermittlungsangebote und Öffentlichkeitsarbeit. Dies sind einige ausgewählte Argumentationen aus der Expertendiskussion, die im Anhang 4 in den Tabellen mit Beispielaussagen ausführlich dargelegt werden.

Da im TECHNOSEUM kein spezielles freies Eintrittsangebot bestand, wurden hier keine entsprechenden Besuchsgründe abgefragt. Stattdessen wurde die **Einschätzung der Besucher zu den vorhandenen Eintrittspreisen des TECHNOSEUM** erhoben: Die große Mehrheit von 90% hielt diese für angemessen oder sogar günstig, noch 10% für teuer. Betrachtet man nur die regulären Eintrittspreiszahler (39% der Befragten), waren es nur wenig mehr, die den Preis als teuer einschätzten (12%). Im Vergleich der fünf Museen gaben die Besucher des TECHNOSEUM weiterhin am ehesten etwas im Museum aus (44%, im Schnitt 25%). **Genannte Besuchsgründe für das TECHNOSEUM** waren am häufigsten ein allgemeiner Überblick (40%), für 29% die interaktive Elementa und für 25% die Dauerausstellung, gefolgt von einzelnen Inhalten und Objekten (21%).

Im TECHNOSEUM liegen drei Besucherstudien vor, die für einen Vergleich herangezogen werden können.²²⁴ Die angesprochene hohe Bedeutung von Dauerausstellung/Elementa bestätigt die Besucherbefragung aus dem Jahr 2012, wo 70% wegen der Dauerausstellung ins Museum kamen.

Charakteristisch für die Publikumsstruktur des TECHNOSEUM ist vor allem der **hohe Prozentsatz von Familien**, dies unabhängig vom freien Eintritt (zweithöchster Wert nach dem SMNK): 55% waren in Begleitung der Familie dort (im Schnitt der fünf Museen 35%). Hohe Familienanteile zeigten sich auch in den Vergleichsbefragungen, wobei Unterschiede u.a. nach Sonderausstellungsthemen und Befragungszeiträumen zu berücksichtigen sind.²²⁵

Familienbesucher finden sich v.a. in den **stark vertretenen Altersgruppen 41 bis 50 Jahre**, insgesamt liegt der Altersdurchschnitt im Mittel der fünf Museen (43 Jahre im TECHNOSEUM, im Schnitt 42 Jahre). In den Vergleichsbefragungen im TECHNOSEUM fiel der Altersdurchschnitt etwas höher aus, auch hier waren 41- bis 50-Jährige häufig vertreten. Zu berücksichtigen ist dabei, dass keine Schulklassen und unter 14-Jährige befragt wurden, die aber einen hohen Anteil des Publikums ausmachen.

Ähnlich wie das SMNK spricht das TECHNOSEUM damit ein eher breites Publikum an. Es wurden **weniger Hochschulabsolventen als im Durchschnitt** der fünf Museen angetroffen (55% statt 62%). In den Vergleichsbefragungen lag dieser Wert noch niedriger (42% Akademiker 2012, 49% 2012/13).

Auch waren **etwas weniger regelmäßige Museumsbesucher** im Publikum vertreten als in den anderen Museen.²²⁶ In der Befragung 2012 waren im TECHNOSEUM noch weniger regelmäßige Museumsgänger.

Erstbesucher machten in der Befragung 43% aus, damit erreichte das TECHNOSEUM zum Befragungszeitpunkt **etwas mehr Erstbesucher als die anderen Museen** (31% bis 35%, außer LMW mit überdurchschnittli-

²²⁴ vgl. Wegner 2015a: darunter schriftliche Befragung von 758 Individualbesuchern ab 14 Jahre im TECHNOSEUM im Jahr 2012; Klein et al. 2014: darunter schriftliche Befragung von 1.113 Individualbesuchern in den Jahren 2012 und 2013; Wegner 2019: 1.310 mündliche Interviews im Jahr 2018

²²⁵ Anteile von Familienbesuchern in den Besucherbefragungen im TECHNOSEUM: 2012 42%, 2012/13 45%, 2018 52%

²²⁶ Noch 11% der Befragten im TECHNOSEUM gehen mind. 10-mal jährlich in Museen im Allgemeinen, im Schnitt 16%.

chen 70% Erstbesuchern). Die Vergleichsbefragungen am TECHNOSEUM ergaben einen stets ähnlichen Erstbesucheranteil.²²⁷

Der freie Eintritt konnte im TECHNOSEUM nicht als Besuchsgrund für den betreffenden Besuchstag abgefragt werden, aber allgemein als **Anreiz für mehr Besuche im TECHNOSEUM**. Hier wurde „Eintritt für alle frei“ im Vergleich der fünf Museen am seltensten als Besuchsanreiz genannt. Noch 39% stimmten zu, dass sie bei freiem Eintritt häufiger ins Museum kommen würden (auf jeden Fall/eher ja, gesamt an den fünf Museen 57%). Von den 12 abgefragten Anreizen steht diese Nennung im TECHNOSEUM damit auf Rang 7 (insgesamt an den Museen auf Rang 2).

Der deutlich häufiger genannte Anreiz im TECHNOSEUM war „mehr Zeit“ (64% auf jeden Fall/eher ja), mit Abstand gefolgt von „längeren Öffnungszeiten“ (48%) und „(noch) interessanteren Ausstellungen“ (46%). „Freiem Eintritt für Kinder/Jugendliche bis 18 Jahre“ wurde hingegen im TECHNOSEUM durchschnittlich oft zugestimmt (41%, im Schnitt 43%), was mit den vielen Familienbesuchern zusammenhängt.

- Die Befragungsergebnisse im TECHNOSEUM zeigen, dass freier Eintritt eine weniger große Rolle für die Besucher spielt, wenn im Museum kein entsprechendes spezielles Angebot vorhanden ist. Vergleichsweise die wenigsten Besucher nennen hier freien Eintritt als Besuchsanreiz, wichtiger sind (neben mehr Zeit) längere Öffnungszeiten und noch interessantere Ausstellungen sowie freier Eintritt für Kinder und Jugendliche.
- Die befragten Besucher beurteilten zudem die vorhandenen Eintrittspreise des TECHNOSEUM in der großen Mehrheit als angemessen. Allerdings konnte über die Besucherbefragung nicht erhoben werden, welche Zielgruppen möglicherweise durch die vorhandenen Eintrittspreise abgeschreckt wurden.
- Die Besucherstruktur des TECHNOSEUM mit vielen Familien hat Einfluss darauf, dass eher freier Eintritt für Kinder und Jugendliche befürwortet wurde. Wie auch im SMNK ist hier zudem die besondere Rolle von Schulklassen als Hauptzielgruppe zu berücksichtigen, die in der vorliegenden Befragung ausgeklammert wurden.
- Insgesamt erreicht das TECHNOSEUM ein vergleichsweise breites Publikum mit vielen Familien und etwas weniger Hochschulabsolventen und weniger allgemein regelmäßigen Museumsgängern.
- Die hohe Bedeutung der Dauerausstellung mit der interaktiven Elementa als besuchsstarkes Ausstellungsformat sowie kein extra Eintrittspreis für die kleineren Sonderausstellungen verweist darauf, dass Auswirkungen des freien Eintritts speziell nur in Dauerausstellungen in den beiden naturwissenschaftlichen Museen besonders zu bedenken sind.

²²⁷ Erstbesucheranteile in den Befragungen im TECHNOSEUM: 2012 44%, 2012/13 46%, 2018 40%

6.6 Quellen Kapitel 6

- Antonatou, D. & Leiacker, H. (2014): Zu Besuch in der Sonderausstellung „bodenlos – in der luft und unter wasser“. Unveröffentlicht.
- Bächle, V. et al. (2015): Umfrageergebnisse der Staatsgalerie Stuttgart. Unveröffentlicht.
- Burk, U. (2014): Besucherzufriedenheitsanalyse Staatsgalerie Stuttgart im Februar 2014. Unveröffentlicht.
- Burk, U. & Neff, A. (2017): Nicht-Besucher Befragung Staatsgalerie 2017. Unveröffentlicht.
- Eberhardt, K. (2014): Evaluation der Besucherumfrage am ZKM | Zentrum für Kunst und Medientechnologie für das Jahr 2013. Unveröffentlicht.
- Eberhardt, K. (2015): Evaluation der Besucherumfrage am ZKM | Zentrum für Kunst und Medientechnologie für das Jahr 2014. Unveröffentlicht.
- Hofmann, N. et al. (2017): Umfrageergebnisse Besucherbefragung Staatsgalerie Stuttgart. Unveröffentlicht.
- Klein, H. J. & Wegner, N. (2009): Endlich diese Übersicht über die Besucher der Staatsgalerie Stuttgart. Ein Evaluationsbericht über die Rezeption der neugestalteten Sammlungspräsentation zum Nulltarif. Unveröffentlicht.
- Klein, H. J. & Klumpp, V. (2008): Steine, Tiere, Wald – und Menschen. Eine Evaluation des Vermittlungsangebots im Naturkundemuseum Karlsruhe. Unveröffentlicht.
- Klein, H. J. et al. (2014): Das Mannheimer Technoseum im Spiegel seiner Besucher. Umfragebefunde unter Individualbesuchern und Gruppen. Unveröffentlicht.
- Rölller, P. (2012): Evaluation der Besucherumfrage am ZKM | Zentrum für Kunst und Medientechnologie. Unveröffentlicht.
- Wegner, N. (2015a): *Publikumsmagnet Sonderausstellung – Stiefkind Dauerausstellung? Erfolgsfaktoren zielgruppenorientierter Museumsarbeit*. Bielefeld: transcript.
- Wegner, N. (2015b): Museumsbesucher im Fokus. Befunde und Perspektiven zu Besucherforschung und Evaluation in Museen. *Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und Befunde*, S. 255-283. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wegner, N. & Stadler, A. (2017): Besucherbefragung im Landesmuseum Württemberg 2016/17. Unveröffentlicht.
- Wegner, N. (2019): Vorabauswertung der Besucherinterviews im TECHNOSEUM Mannheim 2018. Unveröffentlicht.

ANHANG

Anhang 0. Kurzvita der Autoren	S. 160
Anhang 3. Statistische Analyse von Besuchszahlen und Eintrittspreisen	
Tabelle mit Übersicht Eintrittsregelungen der untersuchten fünf Museen	S. 161
Anhang 4. Expertendiskussionen	
Liste der Teilnehmer der Expertendiskussionen	S. 163
Leitfaden der Expertendiskussionen	S. 164
Tabellen mit Beispielaussagen der Museen	S. 166
Anhang 5. Besucherbefragung	
Ergänzende Ergebnisse der Besucherbefragung	S. 194
Fragebögen der Besucherbefragung (gefaltet auf A5)	S. 230

Anhang 0. Kurzvita der Autoren

Kurzvita von Dr. Nora Wegner:

Dr. Nora Wegner ist als Geschäftsführerin von **KULTUREVALUATION WEGNER** in Karlsruhe seit mehr als 10 Jahren spezialisiert auf Besucher- und Evaluationsstudien mit Schwerpunkt auf Untersuchungen für Museen. **KULTUREVALUATION WEGNER** arbeitete bereits für rund 50 verschiedene Auftraggeber aus dem deutschsprachigen Museums- und Kulturbereich.

Dr. Nora Wegner ist zudem regelmäßige Referentin und Dozentin an verschiedenen Hochschulen zu Themen der Kulturevaluation. Sie promovierte 2015 als Stipendiatin der Landesgraduiertenförderung Baden-Württemberg am Institut für Kulturmanagement Ludwigsburg. Die Dissertation befasste sich in einer umfassenden empirischen Vergleichsstudie an mehreren Museen mit dem Thema „Publikumsmagnet Sonderausstellung – Stiefkind Dauerausstellung?“ (transcript Verlag).

Bis 2005 studierte sie Angewandte Kulturwissenschaft/Pädagogik und Kulturmanagement in Karlsruhe und Ludwigsburg. Am Institut für Soziologie der Uni Karlsruhe sowie am Zentrum für Evaluation und Besucherforschung am Badischen Landesmuseum Karlsruhe bearbeitete und leitete sie Evaluationsprojekte, bis sie 2008 **KULTUREVALUATION WEGNER** gründete.

Kurzvita von Dr. Tom Schößler:

Dr. Tom Schößler ist seit März 2017 kaufmännischer Geschäftsleiter der Weserburg Museum für moderne Kunst in Bremen. Zuvor war er u.a. Verwaltungsleiter am Theaterhaus Stuttgart.

Bereits während seiner Zeit in der Automobilindustrie beschäftigte er sich mit Preisgestaltung und Vertriebscontrolling. Seine Erfahrungen auf diesem im Kulturbereich wenig untersuchten Gebiet konnte er in seine Promotion am Institut für Kulturmanagement der PH Ludwigsburg einbringen. Seine Untersuchung zur Eintrittspreisgestaltung öffentlicher Theater, publiziert 2016, war die erste umfangreiche empirische Studie auf diesem Gebiet im deutschsprachigen Raum.

Sowohl im Theaterhaus Stuttgart als auch im Museum Weserburg hat er umfangreiche praktische Erfahrungen mit den preispolitischen Gestaltungsmöglichkeiten öffentlich geförderter Kulturbetriebe gesammelt. Die Weserburg hatte 2015 mit Pay-What-You-Want experimentiert und gewährt seit Beginn des Jahres 2018 mithilfe eines Sponsors freien Eintritt für Kinder und Jugendliche bis 18 Jahre. Das Theaterhaus Stuttgart generiert rund 60% seines Gesamtetats durch den Verkauf von Eintrittskarten.

Anhang 3. Statistische Analyse von Besuchszahlen und Eintrittspreisen an fünf ausgewählten Museen

Tab. Anh3 1: Übersicht Eintritsregelungen der untersuchten fünf baden-württembergischen Museen während der Untersuchung 2018 (Stand 30.6.2018)

	LMW, Altes Schloss		SGS		ZKM		SMNK		TECHNOSEUM
	Dauerausstellung	Sonderausstellung	Dauerausstellung	Sonderausstellung	Dauerausstellung	Sonderausstellung	Dauerausstellung	Sonderausstellung	keine Trennung
Ausstellungsbezogene Regelung des freien Eintritts	2018 ganzjährig frei	----	frei während Jubiläumsausstellung (1.5.-26.8.18)	Jubiläumsausstellung frei; parallel "Kirchner" nicht kostenfrei	----	„Open Codes“ frei (20.10.17- 2.6.19), parallel Ausstellg. nicht kostenfrei	----	----	----
Zeitliche Regelung des freien Eintritts	2018 ganzjährig frei	----	Mittwochs ganztags frei	----	Freitags ab 14 Uhr in alle Museen frei		Freitags ab 13 Uhr in Dauer- u. kleine Sonderausst. frei (außer Feiertage)		----
Altersspezifische Regelung des freien Eintritts	Kinder / Jugendliche frei bis 4 Jahre		frei bis 20 Jahre		frei bis 6 Jahre		frei bis 6 Jahre		frei bis 6 Jahre
Ausbildungsspezifische Regelung des freien Eintritts/ Ermäßigung	Studierende / Auszubildende / Freiwilligendienstleistende	erm. (außer 2018)	erm.	frei ab 21 Jahre	erm.	erm.	erm.	erm.	erm.
	Schüler / Schulklassen	erm. (außer 2018)	erm.	frei	frei	erm.	erm.	erm.	erm.
mit Berechtigungskarten freier Eintritt/ Ermäßigung	Museumspass	frei	frei	frei	frei	frei	frei	frei	frei
	Landesfamilienpass, Kinderpass	frei	frei	frei	frei	----	----	frei	frei
	Bonuscard+Kultur	frei	frei	frei	frei	----	----	----	erm.
	StuttCard / KarlsruheCard	frei	frei	frei	frei	frei	frei	frei	----
	Schwerbehinderung	erm.	erm.	teilw. frei	teilw. frei	erm.	----	teilw. frei	teilw. frei
	Pers. mit staatl. Unterstützung	----	----	frei	frei	----	----	----	erm.
	Museumsverbände (ICOM, DMB usw.)	teilw. frei	teilw. frei	frei	teilw. frei / erm.	----	----	frei	frei
	Förderverein u.ä.	frei	frei	frei	frei	erm. / frei	erm. / frei	frei	frei
	SWR2 Club	----	----	frei	erm.	----	----	erm.	----
	GEOCard	erm.	erm.	----	----	----	----	erm.	----
	ÖPNV Ticket	erm.	erm.	erm.	erm.	----	----	----	----
	Kooperierende Museen u.ä.	----	----	erm.	erm.	----	----	erm.	erm.
	Senioren	----	----	----	----	erm.	erm.	----	----
Gruppen	erm.	erm.	ab 10 P. erm.	ab 10 P. erm.	ab 10 P. erm.	ab 10 P. erm.	ab 15 P. erm.	ab 15 P. erm.	ab 20 P. erm.
Partner / Sponsoren	teilw. frei	teilw. frei	teilw. frei	teilw. frei	teilw. frei	teilw. frei	teilw. frei	teilw. frei	teilw. frei
Eintrittspreise	2018 nur für Kindermuseum: Kinder (4-12 J.) 2 € Gruppen ab 10 Kindern 1,50 € Erwachsene 3,50 € Ermäßigt 2,50 € Familienkarte groß (2 Erw. + Kinder 4-12 J.) 9 € Familienkarte klein (1 Erw. + Kinder 4-12 J.) 5,50 €		ab 27.8.18: regulär 7 € ermäßigt 5 €	"Ernst Ludwig Kirchner": regulär 11,50 € ermäßigt 9,50 €	bis 5.8.18 (jeweils Lichthof 1+2 / Lichthof 8+9): Erwachsene 6 € / 4 € Ermäßigt 4 € / 6 € Kinder (7-17 J.) 2 € / 1 € Familien 12 € / 8 € (Kombitickets Lichthof 1+2 u. 8+9)	Erwachsene 5 € Ermäßigt 3 € Kinder 6-14 J. 2 € Schüler 2 € Familienkarte 10 € Jahreskarte Erw. 18 € Jahreskarte erm. 14 €	ab 21.6.18 Große Landesausstg.: Erwachsene 8 € Ermäßigt 6 € Kinder 6-14 J. 2 € Schüler 2 € Familienkarte 16 €	Erwachsene 9 € Ermäßigt 6 € Schüler im Klassenverband 4 € Familienkarte (Eltern mit minderj. Kindern) 18 €	

Anhang 4. Expertendiskussionen

Tabellenverzeichnis Anhang 4

Tab. Anh4 1: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Besucherreaktionen auf vorhandene Eintrittspreise der Museen und Einschätzungen der Eintrittspreise aus Museumssicht	166
Tab. Anh4 2: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Besucherresonanzen auf verschiedene aktuelle freie Eintrittsangebote der Museen.....	167
Tab. Anh4 3: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argumenten mehr Besucher/neue Zielgruppen / insbesondere Nichtbesucher erreichen.....	169
Tab. Anh4 4: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argumenten Kapazitätsprobleme bei Besucheranstieg und Probleme mit Besucherverhalten	172
Tab. Anh4 5: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argumenten Wiederholungsbesuche und Kurz-/ Spontanbesuche ermöglichen	173
Tab. Anh4 6: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Nutzung von Vermittlungsangeboten	174
Tab. Anh4 7: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Komplexität bisheriger Eintrittspreisregelungen	174
Tab. Anh4 8: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Niedrigschwelligkeit / Zugänglichkeit / Museumsöffnung.....	175
Tab. Anh4 9: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Dauerausstellungen	177
Tab. Anh4 10: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Sonderausstellungen	178
Tab. Anh4 11: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Ausfall der Eintrittseinnahmen	179
Tab. Anh4 12: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument höhere Sekundärausgaben und Spenden der Besucher	180
Tab. Anh4 13: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument erhöhte Personal- und sonstige Kosten	181
Tab. Anh4 14: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argumenten Sponsorenmittel und Kooperationspartner	182
Tab. Anh4 15: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argumenten Museumspass/Jahreskarten und Fördervereine/Freundeskreise	183
Tab. Anh4 16: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Steuerung und Planungssicherheit ...	183
Tab. Anh4 17: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Sammlung Eigentum des Landes / Verwendung öffentlicher Gelder	184
Tab. Anh4 18: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Konkurrenz	185
Tab. Anh4 19: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zur isolierten Betrachtung des Anstiegs von Besuchszahlen durch freien Eintritt.....	186
Tab. Anh4 20: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zur notwendigen Zeitdauer der Etablierung freier Eintrittsangebote und temporärer Einführung.....	187
Tab. Anh4 21: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu einheitlicher Einführung des freien Eintritts an Landesmuseen	188
Tab. Anh4 22: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zum Modell freier Eintritt für bestimmte Zielgruppen	190
Tab. Anh4 23: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zum Modell freier Eintritt an bestimmten Tagen ...	191
Tab. Anh4 24: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zum Modell pay what you want/can.....	192
Tab. Anh4 25: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zum Modell kostenfreie Vermittlungsangebote	192
Tab. Anh4 26: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu weiteren Instrumenten der Museumsöffnung ..	193

Liste der Teilnehmer der Expertendiskussionen

Expertendiskussionsrunde Landesmuseum Württemberg, 1.8.2018

Prof. Dr. Cornelia Ewigleben / Direktorin,
Gabriele Geist / Empfang Altes Schloss,
Jurate Milardovic / Oberaufsicht Altes Schloss,
Dr. Heike Scholz / Leitung Marketing und Kulturvermittlung,
Simone Storck / Aufsicht und Empfang Museum der Alltagskultur Waldenbuch,
Markus Wener / Leitung Drittmittel, Gremien und Veranstaltungen,
Dr. Nina Willburger / Leitung Archäologie

Expertendiskussionsrunde Staatsgalerie Stuttgart, 19.7.2018

Franziska Böttcher / Infotheke und Besucherservice,
Steffen Egle / Leitung Bildung und Vermittlung,
Dr. Sabine Hirschle / Leitung Verwaltung,
Dirk Rieker / Kaufmännischer Geschäftsführer,
Petra Röger-Schmierer / Infotheke und Besucherservice,
Dr. Beate Wolf / Leitung Marketing und Kommunikation

Expertendiskussionsrunde ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe, 30.7.2018

Regine Frisch / Museumskommunikation,
Blanca Giménez / Kuratorin „Open Codes“,
Tobias Klingenmayer / Assistenz geschäftsführender Vorstand,
Prof. Christiane Riedel / Geschäftsführender Vorstand,
Marina Siggelkow / Infotheke,
Dominika Szope / Leitung Kommunikation und Marketing,
Philipp Ziegler / Leitung Kuratorische Abteilung

Expertendiskussionsrunde Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe, 23.7.2018

Dr. Constanze Hampp / Leitung Kommunikation,
Dr. Eduard Harms / Leitung Referat Museumspädagogik,
Martin Hörth / Leitung Verwaltung,
Stefan Konstandin / Controlling und BGA,
Prof. Dr. Norbert Lenz / Wissenschaftlicher Direktor,
Susanne Schulenburg / Kaufmännische Direktorin

Expertendiskussionsrunde TECHNOSEUM Mannheim, 3.8.2018

Dr. Jens Bortloff / Kaufmännische Leitung und stellvertretender Museumsdirektor,
Ulrike Faulhaber / Statistik und Besucherservice,
Dr. Thomas Herzig / Leitung Abteilung Ausstellungen,
Dr. Thomas Kosche / Leitung Abteilung Sammlungen,
Prof. Dr. Hartwig Lüdtke / Museumsdirektor,
Petra Memmer / Presse und Öffentlichkeitsarbeit,
Eva Unterländer / Evaluation und Gruppenbetreuer

Leitfaden der Expertendiskussionen

[Leitfaden wurde jeweils angepasst an die spezifischen Situationen der Museen, an Inhalte der vorab erfolgten Auftaktgespräche und vorhandene Museumsangebote]

0. Einleitung: Informationen zum Auftrag und Untersuchungsgegenstand, zu Zielsetzungen und Ablauf der Diskussionsrunde

I. Aktuelle Eintrittspreise der Museen und Erfahrungen mit freiem Museumseintritt:

- Gibt es Rückmeldungen der Besucher zu den aktuellen Eintrittspreisen an Ihrem Museum?
- Wie sind Ihre bisherigen Erfahrungen mit freien Eintrittsangeboten an Ihrem Museum?

II. Pro/kontra Argumente bezüglich freiem Museumseintritt:

Bei Museen, die sich im Auftaktgespräch pro freien Eintritt geäußert haben bzw. freie Eintrittsangebote haben:

- Welche Ziele verbinden Sie mit dem freien Eintritt? Was spricht aus Ihrer Sicht für freien Eintritt?
 - Welche Zielgruppen beabsichtigen Sie durch den freien Eintritt zu erreichen?
 - Expecten Sie ein anderes Besucherverhalten? Wird das Museum anders genutzt werden?
 - Expecten Sie höhere Sekundärausgaben oder auch Spenden der Besucher?
- Gibt es auch etwas, was aus Ihrer Sicht gegen den freien Eintritt spricht? Gibt es Befürchtungen?
 - Wie stehen Sie zur Meinung, dass der Eintritt nicht wirklich eine Barriere für Museumsbesuche ist?
...dass es durch freien Eintritt eine mangelnde Wertschätzung des Museumsangebots geben könnte?
 - ...dass Kosten für Vermittlungsangebote von den Besuchern nicht mehr gezahlt werden könnten?

Bei Museen, die sich im Auftaktgespräch kontra freien Eintritt geäußert haben:

- Was spricht aus Ihrer Sicht gegen den freien Eintritt? Was sind Ihre Befürchtungen?
 - Wie stehen Sie zur Meinung, dass der Eintritt nicht wirklich eine Barriere für Museumsbesuche ist?
 - ... es durch freien Eintritt eine mangelnde Wertschätzung des Museumsangebots geben könnte?
 - ... Kosten für Vermittlungsangebote von den Besuchern nicht mehr gezahlt werden könnten?

- Gibt es auch etwas, was aus Ihrer Sicht für den freien Eintritt spricht?
 - Wie stehen Sie zur Zielsetzung, dass neue Zielgruppen durch den freien Eintritt erreicht werden?
 - ... das Museum anders genutzt wird?
 - ... höhere Sekundärausgaben oder auch Spenden der Besucher erwartet werden?

Je nach geäußelter Einstellung zu freiem Eintritt in Dauer- oder Sonderausstellungen:

- Sie sprechen sich für freien Eintritt in Dauerausstellungen bzw. in Sonderausstellungen aus – warum?
 - Welche Auswirkungen erwarten Sie durch freien Eintritt in Dauerausstellungen auf die Sonderausstellungen?
 - Besteht die Gefahr einer Abwertung der Dauerausstellungen?

III. Isolieren des Instruments freier Eintritt sowie andere Instrumente der Museumsöffnung:

- Inwieweit kann man den Preiseffekt, d.h. ein Ansteigen von Besuchszahlen in eintrittsfreien Zeiträumen, isoliert von anderen Museumsangeboten betrachten?
- Was wären für Ihr Museum andere, besonders sinnvolle Instrumente der weiteren Museumsöffnung?
 - Was wären Instrumente insbesondere zur Öffnung für bildungsferne und junge Zielgruppen?
- Mit was müsste die Einführung des freien Eintritts an Ihrem Museum verbunden sein?
 - Was wäre ein sinnvoller Zeitraum für ein freies Eintrittsangebot?

IV. Situation für verschiedene Museen und Museumsarten:

- Von welchen Erfahrungen mit freiem Eintritt berichten andere Museen? Gibt es Best practice-Beispiele?
- Welche Unterschiede nach Museumsarten sind zu berücksichtigen?
 - Unterschiedliche Rolle von Dauer- und Sonderausstellungen?
 - Wie begegnet man dieser Unterschiedlichkeit der Museen?
- Welche Unterschiede nach Standorten der Museen sind zu berücksichtigen?
- Wäre es aus Ihrer Sicht wichtig, dass der freie Eintritt in den Landesmuseen einheitlich eingeführt wird?
- Wie ist Ihre Einstellung zu verschiedenen Varianten von freien Eintrittsangeboten (bestimmte Tage, bestimmte Zielgruppen, „pay what you want“ etc.)?

Tabellen mit Beispielaussagen der Museen**Tab. Anh4 1: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Besucherreaktionen auf vorhandene Eintrittspreise der Museen und Einschätzungen der Eintrittspreise aus Museumssicht**

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Eigene Eintrittspreise werden aus Museumssicht mehrheitlich als günstig eingeschätzt	überschaubarer Betrag für die Schausammlungen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	sind tatsächlich sehr günstig , im Vergleich z.B. zur Kunsthalle, hier zwei Lichthöfe, alles Sonderausstellungen und sehr große Ausstellungen	gerade zu anderen Landesmuseen sind wir vergleichsweise niedrig , auch z.B. im Vergleich zu Sea Life, obwohl im SMNK aus Sicht mancher Besucher mehr geboten wird als im Sea Life	Vergleich mit anderen Museen liegt unsere Dauerausstellung im Mittelfeld, andere Sonderausstellungen sind oft deutlich teurer, Vergleich zu anderen Science Centern preiswert
Zahlreiche Preisermäßigungen an Museen vorhanden	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	haben viele ermäßigte und freie Eintritte, dadurch Beschwerden minimiert; reine Sammlungsbesucher sind zu 80% Nichtzahler , Vollzahler nur 10%	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	haben besonders günstige Preise für Familien und Schulen sowie Jahreskarten und Familienkarten	Gruppenpauschale Eintritt und pädagogische Betreuung, an anderen Museen deutlich höherer Betrag; Kooperationschulen erhalten Jahreskarten
Häufige Erfahrung, dass Preise auch aus Besuchersicht als günstig eingeschätzt werden	von Besuchern wird tatsächlich eher gesagt, dass es günstig ist	Besucherreaktionen gibt es in alle Richtungen: manchen ist es zu teuer , andere sind überrascht wie günstig es ist	Besucher freuen sich und wundern sich eher, dass es günstig ist; beschwert hat sich noch niemand	gibt eigentlich keine Rückmeldungen der Besucher zu Preisen, am ehesten Verwunderung über niedrige Eintritte	Besucher sind erstaunt , dass sie auch in Sonderausstellungen kommen, auch auf moderate Preiserhöhung wenig Rückmeldung
Beschwerden am ehesten wegen fehlender Rentnerermäßigungen	Rentner haben sich benachteiligt gefühlt, egal wie hoch der Preis ist	Rentner wollen gerne Rentnerrabatt	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Rentner einziger Besucheranteil, der sich aus Prinzip ein wenig beklagt
Beispiele weiterer Preisbeschwerden	zu Sonderausstellungen gibt es immer mal Beschwerden , dass Preise zu hoch sind; an Kasse weisen wir auf Ermäßigungen hin	Menschen mit Behinderung haben sich teilweise beschwert	bei regulären Führungen sind Preise kein Problem, bei Schulklassenführungen manchmal schwer zu vermitteln	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>

Tab. Anh4 2: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Besucherresonanzen auf verschiedene aktuelle freie Eintrittsangebote der Museen

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
I. Eintrittsfreies Angebot wird angenommen:					
Zusammenfassende Aussagen:					
positive Besucherresonanz auf eintrittsfreies Angebot über längeren Zeitraum	eintrittsfreies Jahr 2018 Steigerung der Besuchszahlen im Vergleich zum Vorjahr	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	100.000 Besuche in Open Codes Oktober 2017 bis Juli 2018, stark besuchte Veranstaltungen, viele Gruppenführungen, Raumbuchungen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
positive Besucherresonanz auf eintrittsfreie Tage / Beobachtung, dass einige Besucher auf eintrittsfreie Tage ausweichen	„Schwaben-Rabatt“ letzten Freitag im Monat für Schau-sammlungen wurde gerne angenommen , Leute haben sich gefreut; auch bei Angebot „Hitzefrei“ beobachtet, dass Leute wieder gegangen sind, wenn noch nicht 25 Grad und damit eintrittsfrei war	am eintrittsfreien Mittwoch ist signifikant mehr los , unter Wochentagen besuchsstärkster Tag; auch Schulgruppen kommen signifikant stärker , obwohl sie sowieso freien Eintritt haben; wenn Rentner aus der Gegend sind, weichen sie auf Mittwochs aus	eintrittsfreier Freitagnachmittag wird für alle Bereiche gut angenommen , meiste Besucher kommen gezielt	viele Besucher nutzen eintrittsfreien Freitagnachmittag , mehr als sonstige Nachmittage, klare Steigerung der Besuchszahlen im Vergleich zu Freitagen davor	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Besucheranfragen und Beschwerden führten zur Einführung eintrittsfreier Tage	bei Preisbeschwerden haben wir auf kostenfreie Nachmittage verwiesen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	hatten von verschiedenen Seiten Anfragen nach reduziertem Eintritt , ist sehr viel geworden, deswegen eintrittsfreier Freitagnachmittag	Anfragen vieler Gruppierungen Motivation für eintrittsfreien Freitagnachmittag , jetzt verweisen wir auf Freitag (z.B. Heime, Jugendgruppen, Einrichtungen für Menschen mit Behinderung, für Geflüchtete, naturwissenschaftliche Vereine)	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>

II. Eintrittsfreies Angebot wird weniger angenommen:					
Auch Erfahrung geringerer Besucherresonanz auf eintrittsfreies Angebot	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Problem, dass sich durch freien Eintritt in Jubiläumsausstellung aktuell nicht viel getan an Besuchszahlen ; haben viele Besucher, die sowieso freien Eintritt haben ; Angebot wurde erst spät kommuniziert , konnten nicht viel Werbung machen; Werbedruck müsste viel höher sein, wenn nur für diesen Zeitraum	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Erfahrung, dass Besucher auch ohne freien Eintritt kommen würden / andere Besuchsgründe vermutet	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	2008 war auch halbes Jahr freier Eintritt, hier wurde evaluiert dass die Besucher auch so gekommen wären	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	haben vier Tage im Jahr Gratiseintritt zu bestimmten Anlässen, hier kommen mehr Besucher , aber nicht wegen des freien Eintritts, sondern besonderer Tage und attraktiven Programms
Wenig Auswirkungen bei Abschaffung eines eintrittsfreien Tags	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	bis 2013 war auch samstags freier Eintritt , gab aber überraschenderweise keine Proteste nach Abschaffung	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>

Besuchszahlen / Zielgruppenansprache / Besucherverhalten / Kommunikation

Tab. Anh4 3: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argumenten mehr Besucher/neue Zielgruppen / insbesondere Nichtbesucher erreichen

	Landesmuseum Württemb.	Staatsgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zielgruppen junge Besucher, Familien, Schulklassen					
Zusammenfassende Aussagen:					
Junge Besucher erreicht durch freien Eintritt	mittlerweile kommen viele junge Leute bei freiem Eintritt	Publikum hat sich am eintrittsfreien Mittwoch verändert: ist diverser, mehr jüngere Menschen ; freier Eintritt in Zielgruppe bis 20 Jahre führte zu Erhöhung der Besuchszahlen	schon breit gefächerte Besuchergruppe durch Freitag-nachmittag und Vergünstigungen, Studierende , die vorher mit vermeintlichen Kunsttempel nichts anfangen konnten, freier Eintritt Übriges getan	haben Gefühl, dass Besucher am eintrittsfreien Freitag-nachmittag etwas jünger und mehr Einzelbesucher sind	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Junge Besucher sind bereits erschlossene Zielgruppen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	durch Pluralisierung und Individualisierung immer mehr Untergruppen, erreichen Besucher unter 30 Jahre , Lücke zwischen 30 und 40 aus Lebenssituation	Anteil der ermäßigten Besucher ist sowieso besonders hoch, viele Jugendliche und Kinder als Hauptzielgruppen	Hauptklientel Kinder und Jugendliche , über 50% sind unter 18 Jahre
Junge Besucher sind angestrebte Zielgruppen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	wir beschweren uns, dass viele unserer Besucher 60+ und eine gewisse Elite sind, freie Eintritt ist Chance dies zu ändern	Jugendliche sind vertraut mit Medien, wissen aber nicht wie sie diese hinterfragen, gerade diese muss man vehement adressieren	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Zielgruppe Familien erreicht/angestreb	bei Familien mit pubertierenden Kindern wollen Kinder zuerst nicht rein, können aber einfach schauen ob es ihnen gefällt, meistens glückt Versuch, da ohne Druck	Familien erreichen wir gut, Familienführungen ausgelastet; am Familientag Potential gesehen Gesamtpaket Unterhaltung, Theaterpädagogik und freier Eintritt	Freitagnachmittag kommen viele Kinder und Familien als Stammpublikum, vor allem in „Game Play“	Familien als Hauptzielgruppen	Familien als Hauptzielgruppen
Zielgruppe Schulklassen erreicht/angestreb	Generation, in der manche Lehrer keine Museumsaffinität haben; in Landesausstellungen kommen kaum Schulklassen , gegensteuern	Schulklassen kommen , v.a. auch am eintrittsfreien Mittwoch	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Schulen kommen , auch mit Preiserhöhung nicht verändert; Preise fast symbolisch bei 1 €	Schulklassen Hauptzielgruppe , Gratintritte durch Sponsoren oder Patenschaften vorhanden, aber nicht überlaufen, kommen sowieso

Zielgruppe Touristen					
Zielgruppe Touristen erreicht/angestrebt	mehr asiatische Gäste, verstärkt andere Nationen kommen durch freien Eintritt	zu Museum Würth mit freien Eintritt fahren Busunternehmen hin, könnten mehr Aktivitäten bei freiem Eintritt machen, auch Stadtführungen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Zielgruppe Einkommensschwache					
Einkommensschwache sind angestrebte Zielgruppen vs. nicht erreicht	eventuell werden mehr sozial schwache Gruppen erreicht durch freien Eintritt	wollen grundsätzlich alle erreichen, die sich Besuch finanziell nicht leisten können, Kultur für alle; Angebot vom Land sollten alle wahrnehmen können ohne in finanzielle Bredeuile zu kommen	gibt auch arme Erwachsene , für diese Angebot wichtig	für Einkommensschwache gibt es eintrittsfreien Freitagnachmittag, gibt immer Bevölkerungsteile, denen auch moderater Eintritt Probleme bereitet	Angebot Kulturpass für sozial Bedürftige und Arbeitslose wird eher nicht genutzt
Zielgruppe Nichtbesucher					
Nichtbesucher erreicht durch freien Eintritt	jetzige Besucher sind teilweise noch nie bei uns oder überhaupt in Museum gewesen; andere Zielgruppen , Publikumsstruktur geändert; man ist nicht mehr unter Leuten, von denen man annimmt sie haben Vorwissen , sondern durchmischt sich	jetzt bei freiem Eintritt kommen auch mehr Leute, die noch nie im Museum waren; zeigt sich beispielsweise an Frage, ob Bilder alle echt sind	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Nichtbesucher angestrebte Zielgruppen vs. werden bereits erreicht	freier Eintritt ist ein Baustein für Ansprache von Nichtbesuchern; manchen muss man sich über Jahre annähern, locke ich im ersten Schritt nicht mit Ausstellung	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	besonders interessant sind bildungsferne Besucher, an die man nur schwer herankommt , braucht aufwändige Programme	wir haben ganz andere Klientel wie Kunstmuseen, decken schon breite Masse ab	im Vergleich zu anderen Landesmuseen sind wir das Museum mit dem größten relativen Anteil von bildungsfernen Besuchern , haben sehr breites Publikum

<p>Nichtbesucher haben andere Barrieren als Eintritt</p>	<p>junge Leute am Schlossplatz haben gesagt, dass Museen für sie nicht relevant sind und sie auch bei freiem Eintritt nicht kommen; viele interessiert nicht was das Museum macht; Irrtum zu glauben mit freiem Eintritt bekommen wir große Mengen an neuen Zielgruppen, die vorher nicht an so einer Form von Kultur interessiert waren</p>	<p>Menschen, die wir nicht erreichen, sind bei freiem Eintritt jetzt auch nicht erreichbar - noch nicht</p>	<p>freier Eintritt würde die Ansprache verstärken, aber andere Besucher würden nicht so viele kommen; neuen Zielgruppen reicht freier Eintritt nicht, neue Zielgruppen muss man abholen und ihnen das Neue vermitteln, sonst verpufft Effekt</p>	<p>die hier noch fehlenden Zielgruppen erreicht man eher umgekehrt über höheren Eintrittspreis und Wertigkeit, gegenteiliger Effekt zu Kunstmuseum, bei uns ist ganze Bandbreite der Gesellschaft vertreten</p>	<p>Bedürfnis zu lernen hat nicht jeder, durch freien Eintritt kann ich dieses nicht wecken; Nichtbesucher interessiert nicht was es in Museen gibt; besser durch verstärkte Öffentlichkeitsarbeit zeigen, warum man ins Museum gehen sollte; bei Gratiseintritt wird Geld nur Leuten geschenkt, die sowieso kämen</p>
---	--	--	---	--	---

Tab. Anh4 4: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argumenten Kapazitätsprobleme bei Besucheranstieg und Probleme mit Besucherverhalten

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Kapazitätsprobleme bei Besucheranstieg	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Beispiel mit zwei unangemeldeten Schulklassen mit 48 Schülern bei freiem Eintritt; Infotheke musste darauf verweisen, dass man Schulklassen hätte anmelden sollen ; Besucher werden manchmal ungeduldig, wenn sie warten müssen	wenn Game Play umsonst wäre, hätte man jeden Tag ein volles Haus; das wäre auch ein logistisches Problem , die Ausstellung müsste dann woanders sein	an Kapazitätsgrenze mit bis 250.000 Besuchen pro Jahr; sanitäre Anlagen Ansturm kaum gewachsen; feuerpolizeiliche Regelung dass Zahl in Sälen begrenzt; Kinderwägen Platz im Foyer; müssen Besucher warten , Ziel Öffnung nicht erfüllt, Gegenteil; bei hoher Frequenz in Dauerausstellungen Verschleiß ; Frage ob Politik bereit für Neuinvestitionen	Menge der Schulklassen steuern wir über Eintritt , haben jeden Tag 10 Klassen und wenn diese gleichzeitig kommen, haben wir ein Problem; Akustik ist bei vielen Besuchern Problem ; auch Kindergeburtstage begrenzt, haben nicht so viele Labore
Problematischer Besucherumgang mit Exponaten	aus bisherigen Erfahrungen nachgerüstet mit Informationsfilm und Hinweistafeln, nicht essen oder große Taschen mitnehmen etc. ; Besucher benehmen sich bei freiem Eintritt anders, fassen Objekte an , wollen sich mit Objekten fotografieren, umarmen sie; wundern sich, dass hier alles original ; nicht bewusst, was es wert ist; mehr Personalaufwand ; gibt Abnutzungen , Seite der Medaille die Kuratoren und Restauratoren kritisch sehen	es wird von Besuchern bei freiem Eintritt auch mal etwas angefasst ; Besucher bringen alles mit , Hunde, große Ikea-Taschen; man merkt, das ist kein typischer Museumsbesucher	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	haben Befürchtung dass freier Eintritt anderen Umgang mit Museumsobjekten bedingen kann; mit freiem Eintritt setzt man vielleicht ein falsches Signal , denn auch bei uns sind Objekte vielfach sehr wertvoll	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Sanitäranlagen, Obdachlose, Störungen anderer Besucher etc.	gibt aber auch Besucher die vorher gerne bezahlt haben und sich jetzt gestört fühlen ; haben Türen für das „Fußvolk“ geöffnet, man ist nicht mehr unter sich	kamen auch schon Obdachlose	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Lage des Museums mitten im Stadtzentrum, Einkaufscenter, Veranstaltungen vor Haus, Problem dass viele wegen Toilette kommen, Obdachlose, Drogenumschlagplatz	Erfahrungen bei Museen für Kommunikation: Museum beim Flohmarkt voll, weil Leute WC aufsuchten

Tab. Anh4 5: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argumenten Wiederholungsbesuche und Kurz-/Spontanbesuche ermöglichen

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Wiederholungsbesucher erreicht vs. nicht erreicht durch freien Eintritt	es kommen viele immer wieder , um jedes Mal einen Teil anzusehen; z.B. Großeltern mit immer anderem Enkelkind, die sich das sonst vielleicht nicht leisten könnten	Besucher kommen nochmal , können sich nur einen Teil anschauen ; nach Sonderausstellung gehen viele nicht in Sammlung, zeitlicher Druck ; Bedürfnis des wiederholten und häufigeren Besuches zeigt sich auch im Freundeskreis der Staatgalerie mit Dauerkartencharakter	für Mehrfachbesuche freier Eintritt wichtig, viele gehen mehrmals in Open Codes ; Ausstellung erfordert Ruhe und Zeit , durch kostenfreien Eintritt ermöglichen wir sich mit Inhalten auseinanderzusetzen , Besucher wird so nicht überfordert	Argument der Mehrfachbesuche und der niedrigeren Hemmschwelle gilt bei uns nicht , denn Jahreskarte ist bezahlbar und Besucher kommen sowieso mehrmals	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Kurzbesucher erreicht vs. nicht erreicht durch freien Eintritt	viele Besucher kommen jeden Donnerstag für eine halbe Stunde zur Mittagspause	Ziel ist Kurzzeitbesuche zu ermöglichen, bei denen man ein Lieblingsbild anschauen kann; auch mit Kindern wiederholte Kurzbesuche; ebenfalls Touristen, die nicht viel Zeit haben	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	für gezielte Kurzbesuche fehlen uns Mona Lisas, haben nicht das eine besondere Stück , wofür man ausschließlich kommt
Spontanbesucher erreicht durch freien Eintritt	haben jetzt viele Zufallsbesucher , die gerade in der Stadt vorbeigehen; diese planen jetzt weniger den Besuch, gehen nicht am Sonntag und ziehen sich dafür schick an	Besucher entscheidet spontan, ohne freien Eintritt muss er bewusst planen; wir hätten Chance ein anderes gesellschaftliches Angebot zu offerieren, wenn Flexibilität durch freien Eintritt größer wäre	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Wetterbedingte Besucher erreicht durch freien Eintritt	manche wollen sich auch vor Regen unterstellen	man kommt auch ins Museum, um sich abzukühlen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>

Tab. Anh4 6: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Nutzung von Vermittlungsangeboten

	Landesmuseum Württemb.	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
mehr vs. weniger Vermittlungsangebote genutzt bei freiem Eintritt	viele Besucher haben im Herbst Führungen storniert, um sie auf das neue kostenlose Jahr zu legen; Besucher buchen jetzt eher Führungen , weil sie keinen Eintritt zahlen müssen; bei Führung weiß man als Besucher, dass Führungsperson auch bezahlt werden muss	gebuchte Schulführungen sind angestiegen als freier Eintritt bis 20 Jahre eingeführt wurde, da man gespartes Geld in Führungen geben kann; Anreiz eines solchen offenen Angebots verbunden mit attraktiver Vermittlung funktioniert ; wenn Eintritt und Kosten für Vermittlungsangebote sich summieren, ist bei manchen Besuchern Preisgrenze erreicht ; kumulierte Preise bei Kurzführungen beanstandet , für halbe Stunde zu viel Kosten	bei freien Erwachsenengruppen erscheint Differenz von Eintritt zu Führungskosten nicht zu hoch ; bei Schulklassenführungen sind Kosten manchmal schwer zu vermitteln , Finanzielles ist hier immer Thema; Führung ist aber tatsächlich notwendig für das Verständnis	wir sehen gar nicht, dass Besucher es sich eher leisten bei freiem Eintritt an Vermittlungsangeboten teilzunehmen ; Führungskosten sind bei uns sehr moderat, könnten eigentlich eher höher gehen	freier Eintritt wäre fatal , da für Schulklassen Kosten der Führungen dann abschreckend sind; jetzige Pauschale für Gruppen mit Eintritt und Führung ist wichtiges Steuerungselement, diese Kombination ist sehr günstig

Tab. Anh4 7: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Komplexität bisheriger Eintrittspreisregelungen

	Landesmuseum Württemb.	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Komplexität verringern vs. höhere Komplexität	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	jetzige Struktur zu komplex , Ausnahmen, Erklärungsbedarf führt zu Unzufriedenheit, Kommunikationsaufgaben kompliziert, Besucher überfrachtet mit Infos zu Preisen	praktischer Kommunikationsaufwand wird wieder viel größer, wenn man verschiedene Regelungen erklären muss	ist Frage der Preisstruktur	wenn ich mit Gratis Eintritt werben will, muss es auch ein solcher sein ; wenn doch nur manche kostenlos reinkommen, kann ich damit nicht werben

Niedrigschwelligkeit / Zugänglichkeit / Museumsöffnung

Tab. Anh4 8: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Niedrigschwelligkeit / Zugänglichkeit / Museumsöffnung

	Landesmuseum Württemberg	Staatsgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Niedrigschwelligkeit/ Instrument der Museumsöffnung vs. keine entscheidende Barriere	<p>Besucher kommen bei freiem Eintritt eher, weil sie nicht Katze im Sack kaufen, nichts zu verlieren haben; Barriere gibt es nicht mehr, dass sie konsumieren müssen; es gibt sonst eine Schwellenangst, aber das Museum ist nicht mehr wie eine heilige Kuh, jeder kann sich trauen in der Mittagspause kurz vorbeizukommen; wir wollen ein lebendiger Kulturort, ein third place werden, Besucher sollen sich wohl fühlen, Ausstellungen anschauen, auch andere Dinge erleben; Ziel ist sich für breites Publikum zu öffnen und nicht nur gewisse Elite, gibt nicht mehr klassischen Besucher; versuchen Kultur anders an Menschen heranzutragen</p>	<p>Hauptziel des freien Eintritts ist Niedrigschwelligkeit; wir sind seit Jahren der Überzeugung, dass freier Eintritt gerade in der jetzigen gesellschaftlichen Situation niederschwellige Zugänge ermöglicht; unsere Aufgabe ist nicht nur Elite anzulocken sondern breite Bevölkerung, anderen Bevölkerungsschichten die Chance geben an Hochkultur teilzunehmen und nicht Barrieren aufzubauen; breitere Bevölkerung wird so an das Museum herangeführt; wollen durch freien Eintritt eine von mehreren Barrieren wegnehmen</p>	<p>wie wollen die Hemmschwelle senken, Tür des Museums muss eigentlich sperrangelweit offen stehen, freier Eintritt ist dafür inhaltlich wichtig und sollte Standard sein; Museen müssen sich weiterentwickeln, Hybridisierung von Raumkonzepten funktioniert nur bei freiem Zugang; wollen Mauern einreißen, Barrieren aufweichen, Schwelle aufmachen und Inhalte des Museums nach außen tragen und kein monolithischer Kunsttempel mehr sein; freier Eintritt wäre eine Investition, die sich ideell lohnen würde, wir geben Anstoß zum Lernen und Kultur erleben</p>	<p>Besuchsbarrieren sind mit dem eintrittsfreien Freitag-nachmittag bei uns ausgeschlossen, hier kann jeder kommen; es gibt grundsätzlich keine Besuchergruppe, die bei uns gar nicht vorhanden wäre; es gibt niemanden der bei uns Schwellenangst hat, das ist bei anderen Museen anders</p>	<p>es gibt keinen einzigen jungen Menschen in Baden-Württemberg, der aus finanziellen Gründen nicht ins Museum geht, es gibt viele Nichtbesuchungsgründe, wie Zeitmanagement, Interessenslage, Freundescliquen, aber die paar Euro zu sparen ist genau nicht der Grund; Erfahrung ist, dass mitnichten Leute öfter kommen, weil es nichts kostet, ist Illusion zu glauben, dass insgesamt mehr Leute als sonst kommen</p>

<p>Zugang zu Bildung und Kultur ermöglichen</p>	<p>unser Auftrag ist für größere Schichten der Bevölkerung zuständig zu sein, haben Bildungsauftrag und möchten das umsetzen; Kultur ist wichtig und man kann ihre Bedeutung nur erfassen, wenn man sich damit auseinandersetzt; Kultur soll Teil des Lebens von möglichst vielen Menschen sein; Museen sind in großer Gefahr ein Nischenprodukt für ganz wenige zu werden; wir wollen etwas Normales werden und kein Musentempel; Gesellschaft ist vielfältiger geworden, wir sind mitten in der Stadt und Teil dieser Gesellschaft</p>	<p><i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i></p>	<p>generelle Linie des ZKM ist Wissenstransfer, Vermitteln von Wissen, wir definieren uns stark über Auftrag; jeder muss freien Zugang zum Wissen haben, impliziert freien Eintritt für jeden; wollen Kunst wieder ins Leben holen, Hemmschwelle senken; wollen auf Wissensgesellschaft, auf zukünftige Herausforderungen vorbereiten, kritisches Denken ermöglichen, gesellschaftliche Kernfragestellungen bearbeiten, Versuchslabor sein; Themen begreift man erst, wenn man sich Zeit nimmt; unsere Themen weisen zentral in Zukunft, so dass man hierzu Zugang gewähren muss; sehen uns als Bildungsinstitution und vertreten freien Eintritt wie bei Universitäten</p>	<p><i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i></p>	<p>Im Vergleich zu anderen [kommerziellen] Anbietern sind wir eine Bildungseinrichtung und Besucher schätzen fundiertes Angebot; Kombipaket Besuch und gute Vermittlung würden wir kaputt machen, das ist unser wichtiges Argument gegen freien Eintritt</p>
--	--	--	---	--	---

Freier Eintritt in Dauer- und/oder Sonderausstellungen

Tab. Anh4 9: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Dauerausstellungen

	Landesmuseum Württemb.	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Dauerausstellungen aufgewertet vs. abgewertet	<p>Kitaplätze oder Schulen sind auch etwas wert, obwohl man nichts zahlen muss; sollte Grundbedürfnis jeden Menschen sein, freien Zugang zu Kultur zu haben; erst wenn man etwas wegnimmt, das vorher Geld gekostet hat, ändert sich Wertschätzung;</p> <p>Befürchtung ist Sicht von innen, im Museum befürchtet Arbeit wird nicht wertgeschätzt</p>	<p>Qualität erkennt man vor Ort in Dauerausstellung, in so großer Breite einmalig; ist unsere Hausaufgabe dies klar zu machen, auch Unterstützung durch freien Eintritt,</p> <p>müssen auch mehr Werbung für Sammlung machen; man neigt dazu als Ausstellungshaus zu verkommen und vergisst, dass man Museum ist</p>	<p>Meinung mangelnder Wertschätzung ist absolute Minderheit,</p> <p>diesen Gedanken gab es bei uns überhaupt nicht;</p> <p>wenn die im Museum waren, kommen sie auch anders aus der Ausstellung raus</p>	<p>durch freien Eintritt wertet man Dauerausstellungen ab;</p> <p>Tendenz besteht, was nichts kostet ist nichts wert;</p> <p>Beispiel Staatliche Museen Berlin Loseblattsammlung zu Objekten, fanden keinen Anklang bis dafür geringe Kosten eingeführt wurden</p>	<p>vor 30 Jahren war Gegenargument von politischer Seite: was umsonst ist, taugt nichts;</p> <p>eigentlich haben Museen Bedarf den Wert der Dauerausstellung zu steigern, ist sinnvoller was man hat attraktiver zu machen</p>
Unterschiede der Dauerausstellungen berücksichtigen	<p><i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i></p>	<p>für andere Häuser, die nicht zwischen Sonder- und Dauerausstellungen differenzieren, ist Sonderausstellung dann auch frei und das ist wieder eine Frage der Kompensation</p>	<p>Situation speziell, Dauerausstellung nicht günstiger, Betrieb aufwändig, Werke nicht geeignet dauerhaft zu zeigen, interaktive Installationen neue Erlebnisse; keine klassische Dauerausstellung, ständig verändert, Themen der Gegenwart;</p> <p>Dauerausstellung nicht langweilig und deswegen umsonst, sondern Gegenteil;</p> <p>Besucher wollen ZKM sehen und nicht bestimmte Ausstellungen;</p> <p>Gegeneinandersetzen der Ausstellungsformate nicht adäquat; Dauerausstellungen anders definieren;</p> <p>ZKM Sonderrolle, diese auch auf Ausstellungen erstrecken</p>	<p>im Gegensatz zu anderen Museen wir in Dauerausstellungen keinen Mangel an Besuchern, gleichbleibendes großes Interesse;</p> <p>Häuser nicht vergleichbar, wenn ich sowieso keine Besucher in Dauerausstellung habe, auch nichts zu verlieren;</p> <p>Frage bei freiem Eintritt in Dauerausstellungen was Dauerausstellungen sind, neue Definition von Dauer- und Sonderausstellung,</p> <p>kann Mogelpackung sein, sehe Vivarium nicht als Dauerausstellung</p>	<p>Dauerausstellung macht bei uns das eigentlich attraktive und kostbare aus, zwei Drittel der Besucher kommen wegen Dauerausstellung;</p> <p>wir investieren sehr viel in Dauerausstellung an laufendem Betrieb, personaler Vermittlung, Geräten und Maschinen</p>

Tab. Anh4 10: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Sonderausstellungen

	Landesmuseum Württemb.	Staatsgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Sonderausstellungen auch eintrittsfrei vs. nicht eintrittsfrei	Besucher verstehen, dass Sonderausstellungen Extraaufwand bedeuten, freier Eintritt in Sonderausstellungen ist wirtschaftlich nicht vertretbar , sind Sonderaktionen mit höheren Kosten	ist unumstritten , dass Sonderausstellung anders behandelt mit zusätzlichen Aufwand werden muss, Transportkosten, Versicherungskosten, spezielle Architektur etc., hierfür müssen wir Eintritt verlangen und signalisieren, dass es besonderes Format ist, wir holen weltweit Kunstwerke nach Stuttgart, dafür muss man auch Beitrag leisten	würde nicht empfehlen Sonderausstellungen teuer zu machen und Dauerausstellungen frei, schafft eine Zweiklassengesellschaft; wäre bei und ungünstig, wenn Sammlung kostenfrei ist und andere Ausstellungen kosten, diese würden sehr darunter leiden ; man muss viel Marketingaufwand leisten, um hohe Preise wieder reinzubekommen, ist an weniger touristischen Standorten wie Karlsruhe schwierig; wenn wir für alles eine Kompensation bekommen, würde ich mir wünschen, dass wir selbst entscheiden und das wäre freier Eintritt für alle Zielgruppen in alle Ausstellungen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	wenn man mit Gratiseintritt werben will, muss es auch ein solcher sein, alle Ausstellungen müssten dann eintrittsfrei sein ; macht für uns überhaupt keinen Sinn nur Sonderausstellungen eintrittsfrei zu machen
Sonderausstellungen werden auch kostenpflichtig besucht vs. nicht besucht	wird immer Leute geben, die sich für Sonderausstellungen interessieren und Geld ausgeben, z.B. wegen Leihgaben, die sie schon immer sehen wollten; Sonderausstellungen etwas Besonderes, zeitlich befristet	bei Sonderausstellungen ganz andere Zielgruppen , Kulturtouristen reisen explizit an, genießen Rundumprogramm und bezahlen auch Geld	Anspruch der Besucher , dass man für andere Ausstellungen auch nicht zahlen will, erhöht sich vielleicht	wenn Politik freien Eintritt groß propagiert und der Besucher für das Vivarium doch Eintritt zahlen muss entsteht Frustration	bei freiem Eintritt in Dauerausstellungen, kommt in Sonderausstellung kaum noch jemand und das ist völlig inakzeptabel
Synergieeffekte für Sonder- und Dauerausstellungen	vermuten, dass Besucher Angebot annehmen, bei Sonderausstellungen noch kostenlose Schausammlung anzuschauen	durch freien Sammlungseintritt motivieren wir eher in Sonderausstellungen zu gehen und Eintritt zu bezahlen	Sammlung ist Vehikel , mit dem wir viele Besucher in die anderen Ausstellungen reinbringen wollen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>

Finanzierung / Steuerung / Marketing- und Bindungsinstrument

Tab. Anh4 11: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Ausfall der Eintrittseinnahmen

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Einnahmen 2016 (aus Stellungnahme MWK)	640.000 € Dauer+Sondera. 187.000 € Dauerausstellung	1.188.343 € Dauer+Sondera. 204.414 € Dauerausstellung	245.512 € Dauer+Sondera. rd. 122.000 € Dauerausst.	565.000 € Dauer+Sondera. 243.000 € Dauerausstellung	495.000 € Dauer+Sondera.
Zusammenfassende Aussagen:					
Kompensation/ Ausfall überschaubar vs. keine ausreichende Kompensation	im Vergleich zum Nutzen sind Ausfallkosten von ca. 170.000 Euro überschaubar	20% Zahler sind von Prozentzahl wenig, aber 200.000 Euro würden uns absolut gesehen fehlen; Einnahmeverluste sind aber überschaubar ; bis 2,3 Millionen würde man nach unserer Rechnung freien Eintritt in Dauerausstellungen für alle Landesmuseen hinbekommen; in Öffentlichkeit, auch von Seiten des Ministeriums wurde mit zu hohen Zahlen jongliert, sehen wir auch als Signal der Abwehr, weil es einfacher ist 4 oder 6 Millionen abzulehnen als 2 Millionen	freier Eintritt wäre ein finanzieller Verlust , unserer Hauptbedenken vor Open Codes waren, ob wir uns freien Eintritt überhaupt leisten können ; aber freier Eintritt ist so wichtig für den Inhalt dieser Ausstellung, dass wir an anderen Stellen einsparen	haben enorm erhöhte Betriebskosten , die wir über höheren Eintritt reinholen müssen ; in Zukunft würden wir Preise erhöhen, wenn Kosten weiter steigen ; wir bekommen Ausfall nicht kompensiert, wird nach Durchschnittseintritt der Dauerausstellung gerechnet und Summe bleibt, zusätzliche Kosten würden wir nicht kompensiert bekommen ; umgekehrt hätten wir höheres Haushaltsvolumen, dadurch steigt Kürzung; hätten bei freiem Eintritt keine Möglichkeit eigene Haushalte zu beeinflussen , ganz gravierender Punkt	bei freiem Eintritt hätten wir nicht mehr Besucher, aber verzichten jedes Jahr auf ca. Dreiviertelmillion Euro; wenn wir es erstattet bekommen wäre es für uns neutral, aber nichts gewonnen ; wir möchten Geld genauso in Anspruch nehmen wie andere Museen, möchten aber Freiheit haben das Geld in andere Programme zu investieren

Tab. Anh4 12: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument höhere Sekundärausgaben und Spenden der Besucher

	Landesmuseum Württemberg	Staatsgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Ausgaben im Museumsshop	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Besucher geben vielleicht auch im Museumsshop mehr aus , weil sie das gesparte Eintrittsgeld anderweitig verwenden können	großen Zusammenhang mit Shop gibt es eigentlich nicht , Shop hat spezielle Ausrichtung mit Büchern und hochwertigen Produkten	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	glaube nicht dass Besucher mehr ausgeben bei freiem Eintritt; Produkte in unserem Shop gehen am besten um 3 Euro, das kann sich jeder leisten
Nutzung der Gastronomie	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	wenn sich eine ganze Familie den Eintritt sparen kann, gehen sie hier eher Mittagessen ; befürchteter Ausfall durch freie Getränke in Open Codes wurde durch Zuwachs beim Essen und Abendcatering kompensiert	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	wir haben großen Bereich wo man sich hinsetzen und mitgebrachtes Essen verzehren kann und nichts konsumieren muss
Spendenbereitschaft	Besucher fragen explizit nach Spendenbox , weil sie sich erkenntlich zeigen möchten; wir haben mit 800 Euro alle 6 Wochen recht hohe Spendensummen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Spenden kompensieren Ausfall der Eintritte nicht, sind Zubrot , Spendenbereitschaft hat etwas abgenommen nach Ausstellungsbeginn, Besucher sind aber bereit sich zu beteiligen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>

Tab. Anh4 13: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument erhöhte Personal- und sonstige Kosten

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Erhöhte Kosten vs. Kompensation moderat gesehen	unsere Werkstatt hat mehr Arbeit , jeden Tag spürt man die Abnutzung; wir haben eine patrouillierende Aufsicht mehr , bei Personalmangel wird nicht mehr ausgedünnt, sondern eine Abteilung geschlossen	freier Eintritt bedeutet höhere Kosten , weil man mehr Aufsichten und Kassierer platzieren muss; wir müssten beim Ministerium nach Erhöhung anfragen , wenn die Kosten gestiegen sind	wir haben sowieso hohe Kosten , um unsere Ausstellungen am Laufen zu halten; freier Eintritt und eine Museumsöffnung macht uns letztendlich mehr Arbeit , längere Öffnungszeiten, höhere Kosten für Aufsichten, im Unterhalt und technischen Betrieb, neue Anspracheformen der Besucher	bei freiem Eintritt wäre Besuchermanagementsystem Problem , Warteschlange, zu kleines Foyer, zusätzliche Bewachung, trotzdem Besetzung der Pforte, Zusatzkosten bis 60.000 Euro im Jahr für Besuchermanagementsystem, mindestens 150.000 Euro für zusätzliche Bewachung	bei Kasse spart man nichts , man muss bei freiem Eintritt Auskunft geben, nach Rucksäcken schauen etc.; man kann testweise Freikarten rausgeben, dauerhaft wird das vom Rechnungshof sofort gestrichen , wäre große Investition und keine Einnahme
Besuchsstatistik/ Gang an Kasse notwendig vs. nicht notwendig	ohne Karte hat man keine Besucherstatistik, das muss man den Besuchern erklären	sind gezwungen alle Besucher über das Kassensystem zu erfassen , bei Erfassung von Hand kann es zu signifikanten Abweichungen kommen	Türen müssen eigentlich sperangelweit aufstehen und man muss direkt durchgehen können, um keine Barriere zu haben	man muss Besucher trotzdem zählen , verlieren sonst Kontrolle im Haus	verkaufte Tickets sind knallharte Methode; wir wollen nicht nur wissen wie viele Besucher kommen, sondern genaues Bild von Besuchern haben , ob reguläre Erwachsene, Kinder, Familien oder Studenten etc.

Tab. Anh4 14: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argumenten Sponsorenmittel und Kooperationspartner

	Landesmuseum Württemb.	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
flexiblerer Einsatz von Sponsorenmitteln vs. Wegfall	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	binden zurzeit durch freien Eintritt Sponsorenmittel , könnte man sonst für inhaltliche Angebote nutzen, wären bereit gleiche Summe für Formate zu geben statt freiem Eintritt; könnten dann auch mehr neue Geldquellen für andere Aktivitäten gewinnen, die viel mehr Möglichkeiten bieten	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	wenn Land dem Museum den Ausgleich zahlt, kann das von Sponsoren auch als negatives Signal verstanden werden, warum sollen sie sich noch engagieren; wäre sinnvoll mehr Geld für bessere Leistung zu bekommen
Kooperationspartner entfallen vs. moderat gesehen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	für Kooperationspartner wie VVS, Hotels muss man sich etwas anderes einfallen lassen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Eintrittspreise haben auch Marketingeffekt, Werbekooperationen mit KVV oder Sparkasse würden entfallen, ebenso eintrittsfreier Aktionstag oder Museumsnacht	Kooperationen mit Werbepartnern, wie Gutscheine bei Schlemmerblöcken, ADAC oder AOK würden entfallen

Tab. Anh4 15: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argumenten Museumspass/Jahreskarten und Fördervereine/Freundeskreise

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Museumspass, Jahreskarten Schwächung vs. moderat gesehen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	freier Eintritt in Dauerausstellung bei Museumspass für uns egal, weil Teil der Eintritte erstattet; Geschäftsleitung des Museumspass würde begrüßen wenn Sammlungen eintrittsfrei, durch Sonderausstellungen ist Pass attraktiv genug, Passinhaber bei freien Dauerausstellungen keinen Nachteil	Schuljahreskarten oder sonstige Jahreskarten wären bei freiem Eintritt obsolet, sind Prozesse die dann überdacht werden müssen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Jahreskarten für Kooperationschulen fallen weg; bei freiem Eintritt kommt niemand mehr auf die Idee Museumspass zu kaufen, auch politische Frage, wie weit man Museumspass Wasser abgräbt
Förderverein, Freundeskreis Schwächung vs. moderat gesehen	hatten große Sorge, dass durch freien Eintritt Austritte aus Fördergesellschaft, verrechnen Mitgliedsbeitrag mit Überlegung, was sie bekommen; nicht bestätigt, waren sehr wenig; Angebote des Kinder-Clubs müssten überdacht und andere Anreize geschaffen werden	bei freiem Eintritt nehmen wir Freundeskreis Teil der Attraktivität, aber weiterhin freien Eintritt in Sonderausstellungen und Führungen; sollte Verein zur Unterstützung sein, Dauerkartenbesitz nicht Sinn und Zweck, man kann auf Mitglieder verzichten	bei Open Codes war Bildungsauftrag die Erklärung für Abonnenten, dass Ausstellung kostenlos sein muss und man sie „nicht übers Ohr hauen will“	Förderverein mit sehr moderaten Mitgliedsbeiträgen ist uns wichtiges Anliegen, haben Befürchtung dass Mitgliederzahl zurückgeht, für viele ist freier Eintritt die Motivation, Schwächung des Vereins wäre für uns schwierig	Probleme mit Freundeskreis, denn Hauptgrund für Mitgliedschaft ist freier Eintritt, bricht zusammen bis auf kleinen harten Kern von Enthusiasten, müsste man auf andere philosophische Beine stellen

Tab. Anh4 16: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Steuerung und Planungssicherheit

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
fehlende vs. vorhandene Steuerung und Planungssicherheit	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	man könnte viel mehr neue Aktivitäten gestalten, wenn freie Eintritt stabil gewährleistet wird; Wir reden ja von einer Kompensation über das Land	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Preis zusätzliches Marketing- und Steuerungsinstrument, erhöhten Anreiz; Eintrittspreis bringt Stabilität für Haushalt, damit kalkulieren, für uns besonders wichtig, weil Eintritt wesentlicher Anteil	darf Preis nicht nur auf Barriere reduzieren, komplexes Marketing- und Steuerungsinstrument, das man nutzen kann; frage mich, was kaufmännischer Leiter Museum Folkwang für Planungssicherheit hat

Sammlung Eigentum des Landes / Verwendung öffentlicher Gelder

Tab. Anh4 17: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Sammlung Eigentum des Landes / Verwendung öffentlicher Gelder

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Landeseigentum zugänglich machen vs. Eigenanteil erwirtschaften	98% Prozent unserer Objekte gehören dem Land Baden-Württemberg , allen die hier gemeldet sind, es gibt hohe Steuersätze, dazu gehören nicht nur Straßen und Kitaplätze, sondern auch Zugang zu Kultur	Angebot vom Land sollte von allen in Baden-Württemberg wahrgenommen werden können, Sammlungen sind Eigentum des Landes und somit für alle zugänglich , nehmen großen Anteil an Steuergeldern und diese kleine Hürde freien Eintritt zu finanzieren ist aus politischer Sicht ein gutes Signal für komplette Bevölkerung	für Häuser mit vielen wiederkehrenden Besuchern sagen Bürger, dass sie sehr viel Steuern zahlen und sich fragen, warum sie dann noch draufzahlen müssen für Eintritt	Gesellschaft mangelt es an vielen Stellen an Geld , daher wird kritisch hinterfragt wie viel Geld in Museen investiert wird; als staatliches Museum sollte man gewissen Anteil der Finanzmittel auch selbst erwirtschaften , dann steht das Museum argumentativ anders da	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>

Konkurrenz

[weitere Aussagen zu Konkurrenz innerhalb der Landesmuseen siehe folgenden Abschnitt: notwendige einheitliche Einführung des freien Eintritts]

Tab. Anh4 18: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu Argument Konkurrenz

	Landesmuseum Württemb.	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Konkurrenz durch eintrittsfreie Museen begegnen	haben uns getrieben gefühlt durch Stadtmuseum Stuttgart , Steinwurf entfernt, dort früh freien Eintritt kommuniziert; ist Konkurrenzsituation , der man begegnen muss	Museum Würth in Künzelsau mit freiem Eintritt ist besonders attraktiv für Busunternehmen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Konkurrenz durch digitale Sammlungen begegnen	in Zukunft wichtiges Thema wie sich auf analogen Ausflug ins Museum auswirkt , dass Bürger nur noch digital erzogen und anders sozialisiert, ob es noch Gefühl für Originale gibt, was zu tun um Besonderheit des Museums für Generationen zugänglich zu machen	Sammlungen werden kostenlos ins Netz gestellt, durch digitale Zugänglichkeit konkurrieren wir innerhalb der Institution mit uns selbst , vielleicht sagt ein Mensch der auf Geld schaut, da brauche ich nicht mehr ins Museum	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
Auswirkungen auf andere Museen erhofft vs. Konkurrenz geschaffen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	würden auch andere Museen animieren , weil Druck groß wird, auch Porsche und Daimler würden überlegen ob sie bei freiem Eintritt mitziehen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Museumslandschaft kann insgesamt Schaden nehmen , für kommunale Museen in gleichen Städten wäre Druck deutlich zunehmend , aber viele werden sich freien Eintritt überhaupt nicht leisten können	Frage ob man in Stadt mit zwei Landesmuseen städtischen Museen bei freiem Eintritt Publikum wegnimmt ; wäre Thema für uns, wenn Mannheimer Museen gratis, aber zeichnet sich nicht ab; wenn Land dies anbietet und Landesmuseen eintrittsfrei, hat es aber etwas Elitäres gegenüber städtischen Museen

Isolierte Betrachtung des Anstiegs von Besucherzahlen durch freien Eintritt?

Tab. Anh4 19: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zur isolierten Betrachtung des Anstiegs von Besucherzahlen durch freien Eintritt

	Landesmuseum Württemb.	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Einflussfaktoren berücksichtigen: Aufmerksamkeit/ Zählweise, Ausgangszahlen/ sonstige Faktoren (Baustelle, Themen, Veranstaltungen, Ausstellungsgröße, Wetter, Öffnungszeiten, Angebote)	<p>vorher viel Werbung für Gratisangebot Hitzefrei gemacht, aber durch gratis Eintritt für 1 Jahr viel mehr Presse und Aufmerksamkeit, Herr Würth als Zugpferd;</p> <p>Bsp. Staatgalerie weniger starker Besuchsanstieg u.a. wegen Baustelle, sich ändernder Zugangswege, Verlegung des Eingangs;</p> <p>Staatgalerie auch weniger Presse, weil es schwerer ist als zweiter;</p> <p>Kunstaussstellungen müssen große Themen bedienen, Thema spricht Kunstpublikum vielleicht nicht so sehr an;</p> <p>wenn ganzes Haus eintrittsfrei vermutlich größerer Erfolg;</p> <p>seit April haben wir schönstes Wetter, grundsätzlich weniger Besucher</p>	<p>haben Statistik gesehen, dass Museen die freien Eintritt eingeführt haben, mindestens 30% mehr Besucher hatten;</p> <p>aber Frage wie wird gezählt, ist das wirklich objektiv?</p>	<p>hohe Besucherzahlen in Open Codes wegen mehreren Aspekten: nicht nur freier Eintritt,</p> <p>auch großes Programmangebot, Veranstaltungen mit anderen Initiativen, kostenfreie Getränke und Obst, donnerstagabends bis 22 Uhr geöffnet, Besucher die zum Arbeiten kommen, viele Gruppenführungen;</p> <p>freier Eintritt alleine funktioniert nicht, Vermittlungsangebot muss auch dazu passen</p>	<p>ob Besucher im Landesmuseum Württemberg wirklich wegen des freien Eintritts gekommen sind oder wegen Sonderausstellung oder Aktionstag, das sind Sondereffekte die man sich genau anschauen muss;</p> <p>Erfahrung im British Museum war persönlich frustrierend: Sonderausstellung kostet viel, ebenso Audioguide, Shop und Kaffee,</p> <p>nicht vergleichbar, da Großbritannien als Zentralstaat mit dominierender Hauptstadt, Deutschland mit Vielzahl von Museen mit unterschiedlichen Trägern</p>	<p>Besucherzahlen müsste man sich nach 3 Jahren freiem Eintritt anschauen;</p> <p>sind auch andere Faktoren zu beachten, wie attraktive neue Ausstellungen, andere Zählweise im Zweifelsfall nach oben aufgerundet;</p> <p>Verhältnisse anders in Ländern wie Amerika oder Italien, diese leben größtenteils von Touristen, wir überhaupt nicht</p>

Notwendige Zeitdauer der Etablierung freier Eintrittsangebote? Temporäre Einführung oder dauerhaftes Angebot?

Tab. Anh4 20: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zur notwendigen Zeitdauer der Etablierung freier Eintrittsangebote und temporärer Einführung

	Landesmuseum Württemberg	Staatsgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Etablierung braucht Zeit	braucht Zeit bis sich Angebot etabliert , dafür ist langer finanzieller Atem notwendig	freier Eintritt aktuell in Deutschland untypisches Modell , daher Frage wie lange umgestelltes System braucht, dass dieses auch gelebt wird	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Umstellung auf freien Eintritt ist Prozess der 1 oder 2 Jahre dauert
Freien Eintritt nicht wieder abschaffen	wäre kontraproduktiv , wenn wir wieder Eintritt für die Schausammlung verlangen würden; wäre kulturpolitisch fatales Zeichen , wenn wir eigentlich Kultur für alle möchten; schwer vorherzusagen, wie Medien und Publikum reagieren wenn freier Eintritt wieder abgeschafft wird	wenn freier Eintritt eingeführt wird, darf man ihn nicht nach zwei Jahren rückgängig machen, muss mindestens 5 Jahre laufen ; sonst nimmt man jemandem was weg und das wiegt doppelt so schwer, als wenn ich jemandem was schenke; man muss vorher diskutieren, wie man damit umgeht, wenn nächste Generation an Museumsverantwortlichen auf Idee kommt Eintritt zu verlangen	temporäre Einführung muss mit Aufwand gegengerechnet werden ; Protest wäre auf jeden Fall größer nach Abschaffung, Frustrationspotenzial wird sich eher gegen Haus richten als gegen Regierung; grundsätzliche Fragen haben sich nach zwei Jahren nicht beantwortet, ist eine konzep-tionell so weitreichende Ent-scheidung , die dann auch sitzen sollte	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	müssten Zusicherung haben, dass freier Eintritt 20 Jahre bleibt , müssten umfangreich Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Ansprache von Schulen, Freundeskreis auf andere Füße stellen ; Sorge dass befristet als Ver-suchsballon eingeführt , große Verunsicherung, alles komplizierter; wenn wieder geändert gehen Zahlen erheblich zurück , man fängt bei null an, verschwendet Kraft und Res-sourcen
Temporäre Sonderaktion denkbar	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	außer Land BW ruft Aktion für ein Jahr freien Eintritt in alle Museen aus , bei dem Land als Initiator agiert und wir danach darauf verweisen können	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>

Notwendige einheitliche Einführung des freien Eintritts an allen baden-württembergischen Landesmuseen und dem ZKM?

Tab. Anh4 21: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu einheitlicher Einführung des freien Eintritts an Landesmuseen

	Landesmuseum Württemb.	Staatsgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
Unterschiedliche Zielgruppen, Inhalte und Bedingungen berücksichtigen	es kommt zu uns auch ein anderes Publikum als in andere Landesmuseen; Gruppe die sich für alle Arten von Museen interessiert , ist verschwindend gering ; wir bieten gewisse Grundversorgung , Überblick über die Geschichte und Kultur im Land, das ist etwas, was man jedem Bürger anbieten muss , damit er sich, Umwelt und Lebenswirklichkeit verstehen und seiner Identität nachspüren kann	jedes Museum hat eigene Zielgruppen , als Kunstmuseum haben wir eine Sonderstellung; Naturkundemuseen sind stark familien- und schülerlastig und fürchten um Einnahmen, aber wir reden ja von Kompensation , also monetär egal und Kollegen nehmen sich sonst Chance andere Personenkreise durch freien Eintritt anzusprechen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	liegt in Natur der Themen , dass Landesmuseen gerade in Dauerausstellungen unterschiedliche Besucherzahlen haben, ist aber kein Problem, Themen sind unterschiedlich; Themen sind unterschiedlich; man schafft mehr Probleme wenn man Ist-Zustand ändert ; haben breit aufgestellte Museumslandschaft mit unterschiedlichen Preisstrukturen, die zum jeweiligen Museum passen	Autonomie des einzelnen Kulturinstituts hat hohen Wert, jedes Haus spezielles inhaltliches Profil, Zielgruppen und Lage , individuell pro Haus untersuchen; TECHNOSEUM muss Publikum mühsamer erarbeiten, hier läuft man nicht vorbei, verkehrsgünstige Lage anderer Museen in Fußgängerzone ist großer Unterschied
Einheitliche Regelung für Besucher sinnvoll	für Besucher ist Einheitlichkeit generell immer toll	wenn an Sonntagen im Bundesland freier Eintritt wäre, müsste Familie nicht entscheiden, was man sich leisten kann und man würde viel mehr Kultur vermitteln; Bevölkerung merkt, dass es gleichen Träger sind , kann man nicht mehr erklären	wenn sollte man das freie Eintrittsangebot an den Landesmuseen zeitgleich ansetzen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>

<p>Einheitliche Regelung wegen Konkurrenz sinnvoll</p>	<p><i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i></p>	<p>wenn nur Kunstmuseen freien Eintritt haben, hätten wir Vorteile gegenüber anderen Landesmuseen, diese Schiefelage wäre fragwürdig, so egoistisch sollten wir nicht sein, passt auch vom Signal nicht</p>	<p>wäre für jedes Haus toll, wenn es das einzigste mit freiem Eintritt wäre, dieses wäre Besuchermagnet; ist auch Konkurrenzkampf, aber unser aller Wunsch ist doch dem Bürger etwas zu vermitteln</p>	<p>freier Eintritt würde eine Konkurrenzsituation schaffen, die wir gerade gar nicht haben; ist Frage wie freier Eintritt kommuniziert wird, wenn Politik großartige Errungenschaft für alle Museen verkündet und wir verlangen trotzdem Eintritt, hätten wir Probleme, weil diese Überlegungen mit Berichterstattung durchs Sieb fallen</p>	<p>bei freiem Eintritt an anderen Landesmuseen haben wir Rechtfertigungsprobleme, denn die komplexe Diskussion wie hier wird sonst nicht geführt; ist auch politisches Thema, müssten wir argumentativ vorbereiten und Landesregierung müsste uns unterstützen</p>
<p>Uneinheitliche Regelung möglich</p>	<p>glaube nicht dass normaler Museumsbesucher weiß, welches staatliche Museen sind; ist intern interessant, aber nach außen nicht</p>	<p>wenn andere Landesmuseen sagen, dass sie überhaupt nicht mitmachen wollen, ist das deren Entscheidung; dann würden wir freien Eintritt wiederum unabhängig davon machen, aber ich halte es tatsächlich auch für diese Museen für eine Chance</p>	<p>wäre toll, wenn Ministerium sinnhafte Entscheidung trifft und nicht Einheitlichkeit zur Priorität erklärt, sondern was für welches Museum am besten funktioniert</p>	<p>wäre schädlich Dinge aufzuzwingen, man sollte Museen Handlungsfreiheit lassen, Aspekte für ihre Bedingungen und Zielpublikum zu optimieren; jetzt hat auch jedes Museum unterschiedliche Regelungen, stört uns nicht, dass Landesmuseum Württemberg freien Eintritt hat, wird trotzdem unterschiedliche Regelungen geben</p>	<p>wenn Kollegen zu anderen Einschätzungen kommen, wäre das kein Streitpunkt, aber für und gilt ganz oder gar nicht [wenn dann freier Eintritt in Dauer- und Sonderausstellungen]; würde trotzdem sagen, dass wir es so beibehalten wie jetzt, unsere Argumente sind tragfähig</p>

Tab. Anh4 22: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zum Modell freier Eintritt für bestimmte Zielgruppen

	Landesmuseum Württemberg	Staatsgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
pro bestimmte Zielgruppen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	vorhandenes Angebot bis 20 Jahre und für Personen in Ausbildung	für Kinder bis 18 Jahre freier Eintritt keine schlechte Idee, wie in Frankreich	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
kontra bestimmte Zielgruppen	freier Eintritt sollte ganz oder gar nicht sein; bei Argument, dass alle Steuerzahler sind , ist einer so gut wie der andere, wenn wir wirklich Kultur in die Gesellschaft tragen wollen , müssen wir alle gleich behandeln; außerdem sind Preise vielen nicht bekannt und dann weiß man auch nicht, dass man freien Eintritt hat; unsere Zielgruppen sind gerade Ältere , diese haben dasselbe Recht wie andere, sollten nicht für Alter bestraft werden	freier Eintritt darf nicht an Personengruppen hängen , wäre falsches Signal ; ist integrierender , wenn jeder in das Museum kann, anstatt dass z.B. Geflüchtete eine Sonderaktion bekommen; durch unterschiedliche Preissegmente baut man eher noch Barrieren	freier Eintritt nur für spezielle Zielgruppen würde ich auf jeden Fall ablehnen, aus meiner Sicht nicht gerecht , alle sind gleich zu behandeln; gibt auch reiche Kinder und arme Erwachsene; wenn man lebenslanges Lernen ernstnimmt, darf man nicht sagen, dass bestimmte Altersgruppen zahlen müssen; geht um Bildung, Zukunft, kommende Generationen	wäre Ungleichbehandlung, Diskriminierung , Frage ob überhaupt einfach so machbar, kann man nicht kommunizieren; freier Eintritt für Familien wäre bei uns schädlich ; ermäßigten Eintritt kann sich auch Studierender leisten ; Was für ein Museum gut ist kann für anderes schlecht sein, weil andere Ausgangsbasis	wenn freier Eintritt politisch gewollt ist muss er umfassend sein ; bei uns kommen Besucher oft als Familie , freier Eintritt wäre ungünstig

Tab. Anh4 23: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zum Modell freier Eintritt an bestimmten Tagen

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
pro bestimmte Tage	ist prinzipiell gute Sache freien Nachmittag zu haben, aber Museen mit eintrittsfreien Tagen werden auch nicht überrannt ; hatten vorher Angebot freitags Schwaben-Rabatt	wenn es umfassenden freien Eintritt nicht geben wird, überlegen wir eine abgespeckte Variante, vielleicht freien Eintritt am Wochenende ; vorhandenes Angebot eintrittsfreier Mittwoch	Einheitlichkeit würde schon helfen , Museen in Spanien oder Frankreich immer sonntags; Sonntag wäre toll , weil da die meisten Besucher können; vorhandenes Angebot eintrittsfreier Freitagnachmittag	vorhandenes Angebot eintrittsfreier Freitagnachmittag	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>
kontra bestimmte Tage	Besucher kommen oft aus Zufall , würde sich reduzieren weil Besuch geplant werden müsste; Beispiel Badisches Landesmuseum freitagnachmittags kostenlosen Eintritt, kommen Leute, die erst um Schloss rumlaufen und warten, ist bisschen entwürdigend	freier Eintritt an bestimmten Tagen auch schwierig, so grenzt man immer Leute aus, hat immer eine Barriere	wenn es nur bestimmte eintrittsfreie Tage gibt, überlegen ob alle Museen auf die zwei gleichen Tage gehen oder an Museen in Stuttgart an zwei gleichen Tagen und in Karlsruhe an anderen Tagen	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	freier Eintritt an bestimmten Tagen führt zu Verlagerung , aber Besuchermenge und auch Struktur nicht verändert; Illusion zu glauben, dass insgesamt mehr Leute kommen; haben nur bestimmtes Kontingent von Plätzen für Schulklassen an einem Tag

Tab. Anh4 24: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zum Modell pay what you want/can

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
pro/kontra	Pay What You Want noch vorstellbar , haben mehr Spendenboxen aufgestellt, einige Besucher geben gerne etwas	anonym ist man nicht mehr bereit etwas zu zahlen oder man zahlt weniger	weiß nicht ob sich pay what you can auf Dauer durchsetzt, aber ich würde lieber damit operieren	British Museum soll man in großer Box spenden, Frage ob zielführend	keine Planungssicherheit , ist Unterart des freien Eintritts und es gelten gleiche Argumente dagegen

Tab. Anh4 25: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zum Modell kostenfreie Vermittlungsangebote

	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
pro/kontra	Stellungnahme: keine kostenfreien Vermittlungsprogramme	man muss bei bestimmten Angeboten auch Frage der Wertigkeit stellen, wird auch über Preis suggeriert, Angemessenheit wichtig; Führungsleistung ist sichtbar , Frage was generell Bildungsauftrag im Schul- oder Inklusionsbereich ist; Stellungnahme: pauschale Kostenfreiheit der Vermittlungsangebote nicht zielführend	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Stellungnahme: Vermittlungsangebot kann nicht kostenfrei angeboten werden, da 90% über externe Kräfte; Museums-App kostenfrei, Audioguides nicht	wenn es wirklich freien Eintritt gibt, wäre Forderung zwingend auch Führungen aus bildungspolitischen Gründen gratis anzubieten

Tab. Anh4 26: Beispielhafte Stichworte zu Aussagen der Museen zu weiteren Instrumenten der Museumsöffnung

	Landesmuseum Württemb.	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
Zusammenfassende Aussagen:					
ausgewählte Beispiele für Vermittlungsangebote, Begleitprogramme, Veranstaltungen, Serviceangebote, digitale Angebote	Rahmenprogramm zu Ausstellung inhaltlich passend wichtig, Zusatzveranstaltungen, wie Partys, unterirdische Führungen, Mord im Museum, Kneipe, Streetworker, Outreach-Programme, Youtube-Studio, Band-Contest, Lobby mit Wohlfühlambiente, Café, WLAN, Meeting Point	Veranstaltungen mit Socialising-Aspekten, After Work, Begleitprogramme, Sonderveranstaltungen mit emotionalen Anknüpfungspunkten, spezifische Angebote für Menschen mit besonderen Bedürfnissen, digitale Vermittlung, wie Games, Social Media, multimediale Präsentation	Veranstaltungen in Kooperation mit anderen Initiativen, Zusatzangebote wie Vorträge, Symposien, Filmvorführungen, permanente Museums-Guides in Ausstellungen, Förderung von Medienkompetenz, Kultur-Praktikum, Kooperationen mit Unis, digitale Vermittlung über soziale Netzwerke	zielgerichtete Ansprache und Programme für Jugendliche, Veranstaltungen nach regulären Öffnungszeiten, Angebote zur Integration und Inklusion, Kooperationen mit Hochschulen, Forscherdiplom, Audioguide, Begleitprogramme zu Sonderausstellungen, digitale Strategie, Museums-App	Intensivierung der zielgruppenspezifischen Vermittlungsangebote, besondere Programme wie Workshops, Vorträge, Veranstaltungen, Events, Angebote für Touristen, Betreuung von Lehrkräften, Informationsmaterial für Schulen, Schülerbeirat, Kinder-Elementa für 4- bis 7-Jährige, Smartphone App
Verankerung von Museumsbesuchen in Bildungsplänen	Verbindlichkeit von Museumsbesuchen in Bildungsplänen	systematische Information der Lehrkräfte, Abstimmung auf Lehrpläne, verpflichtender Schulbesuch	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Vernetzung mit Kultusministerium, Erweiterung der Lehrerfortbildung, bessere Bewerbung in Schulen
Verbesserte Erreichbarkeit	finanzielle Unterstützung der Schulen durch Kostenübernahme für Bustransfer	freier ÖPNV oder Shuttle für Schulbesuche	Museumsticket mit ÖPNV-Ticket	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	Bustransfers für Schulklassen wichtigstes Instrument, Bildungsferne erreicht
Längere Öffnungszeiten	längere Abendöffnung für Berufstätige denkbar	Öffnungszeiten überprüfen	längere Abendöffnung mit Vermittlungsangeboten denkbar	Veranstaltungen außerhalb der Öffnungszeiten	längere Abendöffnung
Forschung	Studie Jugend und Museen	Erhebung des Lehrbedarfs	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>	<i>keine Aussage bedeutet nicht, dass Museen zu Aspekt keine Meinung haben (vgl. Methode)</i>

Anhang 5. Besucherbefragung

Ergänzende Ergebnisse der Besucherbefragung

5.2.1 Wer sind die befragten Besucher?

5.3.1 Wie verhalten sich die Besucher insgesamt in den Museen?

5.3.3 Exkurs Kommunikation: Woher ist den Besuchern das freie Eintrittsangebot bekannt?

5.4.1 Was sind weitere Besuchsgründe neben dem freien Eintritt?

5.4.2 Welche Rolle spielen freie Eintrittsangebote für die Besucher? Welche anderen Anreize sind für weitere Besuche wichtig?

Ergänzende Fragen aus der Besucherbefragung

Fragebögen der Besucherbefragung (gefaltet auf A5)

- Landesmuseum Württemberg, Altes Schloss
- Staatsgalerie Stuttgart Befragungsphase 1
- Staatsgalerie Stuttgart Befragungsphase 2
- ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe
- Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe
- TECHNOSEUM Mannheim

Abbildungsverzeichnis Anhang 5

Abb. Anh5 1: Geschlecht der befragten Besucher.....	196
Abb. Anh5 2: Mittelwerte der Zustimmung zu Besuchsanreizen nach Alter unterschieden	207
Abb. Anh5 3: Mittelwerte der Zustimmung zu Besuchsanreizen nach Bildungsabschluss unterschieden	208
Abb. Anh5 4: Mittelwerte der Zustimmung zu Besuchsanreizen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen unterschieden.....	209
Abb. Anh5 5: Mittelwerte der Zustimmung zu Besuchsanreizen nach allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit unterschieden.....	209
Abb. Anh5 6: Welches Eintrittsticket haben Sie genutzt?	210
Abb. Anh5 7: Welches Eintrittsticket haben Sie genutzt? (nach Museen unterschieden)	211

Tabellenverzeichnis Anhang 5

Tab. Anh5 1: Besucher aus anderen Bundesländern nach Museen unterschieden (in absoluten Zahlen)	196
Tab. Anh5 2: Besucher aus dem Ausland an den Museen (in absoluten Zahlen).....	197
Tab. Anh5 3: offene Antworten zu sonstiger Aufmerksamkeit auf freies Eintrittsangebot	199
Tab. Anh5 4: offene Antworten zu sonstigen Besuchsgründen der Befragten	200
Tab. Anh5 5: Genannte Besuchsgründe, wenn Befragte freien Eintritt nennen plus 1 bzw. 2 weitere Gründe... ..	200
Tab. Anh5 6: Mittelwerte der Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen und Standardabweichung	201
Tab. Anh5 7: Mittelwerte der Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen gesamt und nach Museen unterschieden... ..	201
Tab. Anh5 8: offene Antworten sonstiges zu: Ich würde (noch) häufiger ins Museum gehen nach Museen.....	202
Tab. Anh5 9: Arten von ermäßigten/freien Eintrittstickets.....	210
Tab. Anh5 10: Arten von ermäßigten Eintrittstickets nach Museen unterschieden	211
Tab. Anh5 11: Arten von freien Eintrittstickets nach Museen unterschieden	212
Tab. Anh5 12: Gründe für zusätzlichen freien Eintrittsanspruch am Landesmuseum Württemberg	213
Tab. Anh5 13: zusätzliche Anmerkungen der Besucher im Landesmuseum Württemberg	214
Tab. Anh5 14: zusätzliche Anmerkungen der Besucher in der Staatsgalerie Stuttgart	218
Tab. Anh5 15: zusätzliche Anmerkungen der Besucher am ZKM Karlsruhe.....	222
Tab. Anh5 16: zusätzliche Anmerkungen der Besucher am Museum für Naturkunde Karlsruhe	225
Tab. Anh5 17: zusätzliche Anmerkungen der Besucher am TECHNOSEUM Mannheim	228

Ergänzende Ergebnisse der Besucherbefragung

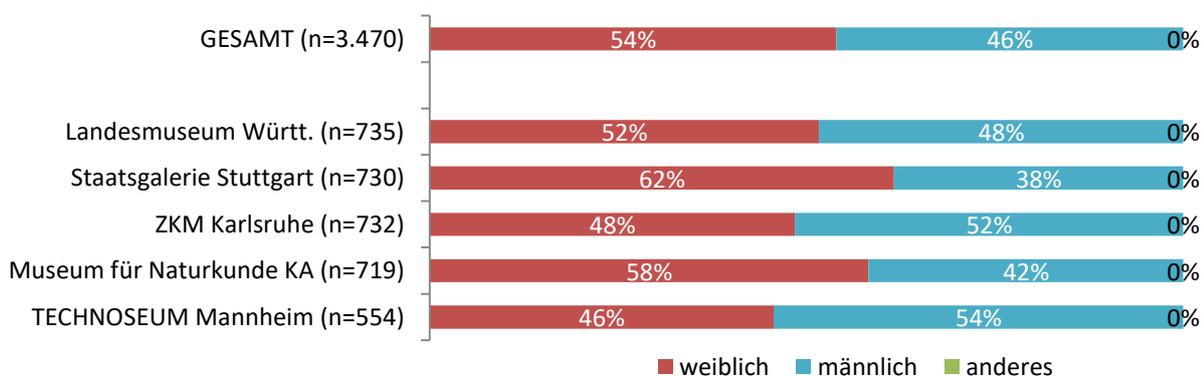
Lesehinweis:

Die Ergebnisse werden im Folgenden in der Reihenfolge wie im Berichtsteil 5 dargestellt. Vorliegend werden die Befragungsergebnisse ausgeführt, die dort nicht als Diagramm dargestellt wurden, um alle Ergebnisse im Detail nachvollziehen zu können. Es werden zudem auch ergänzende Resultate aus weiteren Fragen aufgeführt.²²⁹

5.2.1 Wer sind die befragten Besucher?

Geschlecht der befragten Besucher:

Abb. Anh5 1: Geschlecht der befragten Besucher (gesamt und nach Museen unterschieden)



Wohnort der befragten Besucher:

Tab. Anh5 27: Besucher aus anderen Bundesländern nach Museen unterschieden (in absoluten Zahlen)

Bundesland	Landesmuseum Württemberg	Staatgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde Karlsruhe	TECHNOSEUM Mannheim
Rheinland-Pfalz	7	3	19	23	56
Bayern	26	25	19	11	24
Hessen	10	10	12	3	60
NRW	13	11	20	19	19
Niedersachsen	8	2	10	2	10
Berlin	4	8	7	1	5
Hamburg	10	1	5	1	4
Sachsen	7	1	9	2	2
Thüringen	2	1	3	2	4
Saarland	1	0	3	0	6
Mecklenburg-Vorpommern	2	0	1	1	4
Schleswig-Holstein	2	1	1	1	1
Brandenburg	1	0	2	0	1
Sachsen-Anhalt		1	1	0	1
Gesamt	93	64	112	66	197

²²⁹ Für die Analyse zum Landesmuseum Württemberg wurde der freie Eintritt in die Schausammlungen im Stuttgarter Alten Schloss betrachtet. Die Besucherbefragung erfolgte daher nur im Alten Schloss, im Folgenden wird die Bezeichnung Landesmuseum Württemberg (LMW) in den Diagrammen verwendet, womit das Alte Schloss gemeint ist.

Tab. Anh5 28: Besucher aus dem Ausland an den Museen (in absoluten Zahlen)

Landesmuseum Württemberg	
Europa:	130
Spanien	22
Großbritannien	22
Italien	16
Frankreich	15
Niederlande	15
Kroatien	5
Malta	5
Finnland	4
Österreich	4
Rumänien	4
Schweiz	4
Türkei	4
Ukraine	3
Bulgarien	1
Griechenland	1
Luxemburg	1
Norwegen	1
Portugal	1
Slowenien	1
Ungarn	1
Nord-/Südamerika:	56
USA/Kanada	46
Südamerika	10
Asien:	28
China	7
Japan	4
Russland	4
Südkorea	4
Indien	3
Indonesien	1
Irak	1
Kuwait	1
Taiwan	1
Thailand	1
Vereinigte Arabische Emirate	1
Australien/Neuseeland	13
Afrika	3

Staatgalerie Stuttgart	
Europa:	72
Italien	14
Frankreich	13
Großbritannien	8
Schweiz	8
Niederlande	4
Österreich	4
Belgien	3
Polen	3
Spanien	3
Bulgarien	2
Kroatien	2
Rumänien	2
Türkei	2
Ukraine	2
Finnland	1
Serbien	1
Nord-/Südamerika:	17
Asien:	13
Georgien	3
Russland	3
China	2
Iran	2
Japan	2
Taiwan	1
Australien	4

ZKM Karlsruhe	
Europa:	39
Frankreich	10
Schweiz	8
Belgien	2
Österreich	5
Großbritannien	4
Rumänien	3
Italien	2
Luxemburg	2
Polen	2
Niederlande	1
Asien:	9
Taiwan	5
Japan	1
Russland	1
Südkorea	1
Usbekistan	1
Nord-/Südamerika	5
Australien	2

TECHNOSEUM Mannheim	
Europa:	24
Österreich	6
Schweiz	4
Niederlande	3
Frankreich	2
Luxemburg	2
Dänemark	1
Italien	1
Polen	1
Portugal	1
Rumänien	1
Schweden	1
Ungarn	1
Asien	1
Südamerika	1

Museum für Naturkunde Karlsruhe	
Europa:	16
Frankreich	6
Österreich	4
Polen	2
Großbritannien	1
Italien	1
Niederlande	1
Schweiz	1
Nord-/Südamerika	4
Asien	1
Australien	1

5.3.1 Wie verhalten sich die Besucher insgesamt in den Museen?

Andere besichtigte Ausstellungen der befragten Besucher:

Staatsgalerie Stuttgart:

andere Sonderausstellung nämlich Grafikkabinett (22)

sonstige Ausstellung nämlich Führung (4), Crashkurs Kunstgeschichte (2), Vortrag (2), Rotunde (1), nur fotografiert (1)

ZKM Karlsruhe:

andere Ausstellung nämlich: Dieter Hacker (4), Gameplay (3), Durch den schalldichten Vorhang (1), Marx (1) Portraits (1)

sonstige Ausstellung nämlich: Film (9), Zuse22 (6), Masterclass (4), Führung (3), Städtische Galerie (3), Vortrag (2) BÄM (2)

Museum für Naturkunde Karlsruhe:

andere Sonderausstellung nämlich: Naturfotoausstellung (59)

5.3.3 Exkurs Kommunikation: Woher ist den Besuchern das freie Eintrittsangebot bekannt?

Tab. Anh5 29: offene Antworten zu sonstiger Aufmerksamkeit auf freies Eintrittsangebot

sonstige Aufmerksamkeit auf freien Eintritt (alle Museen)	Häufigkeit
VVS (Staatsgalerie)	3
Hinweis Personal (Landesmuseum)	3
anderes Museum (Museum für Naturkunde)	2
Böhm (Staatsgalerie)	2
Tourist Information (Landesmuseum)	2
habe angerufen (ZKM)	1
Daimler (Staatsgalerie)	1
arbeitete bis vor kurzem im Mint (ZKM)	1
Karte heute erhalten (Staatsgalerie)	1
Kasse (Museum für Naturkunde)	1
Museumspass (Staatsgalerie)	1
Schlosslichtspiele (ZKM)	1
Infopoint (ZKM)	1

5.4.1 Was sind weitere Besuchsgründe neben dem freien Eintritt?

Tab. Anh5 30: offene Antworten zu sonstigen Besuchsgründen der Befragten

sonstiger Besuchsgrund (alle Museen)	Häufigkeit
Arbeitsplatz nutzen (ZKM Karlsruhe)	24
Interesse	14
einfach so/Zeitvertreib	12
Gebäude/Architektur	10
Urlaub/Ausflug	9
Empfehlung	7
beruflich	6
Wetter	6
Inspiration	4
Gastronomie	2
fotografieren	2
Wiederholungsbesuch	2
Wissen/Bildung	2
Allgemein schönes Museum	1
bis 22 Uhr geöffnet	1

Tab. Anh5 31: Genannte Besuchsgründe, wenn Befragte freien Eintritt nennen plus 1 bzw. 2 weitere Gründe

Besuchsgrund	Grund freier Eintritt plus 1	Grund freier Eintritt plus mind. 2
kostenfreie Sonderausstellung	43%	61%
Museum allgemein kennenlernen/ Überblick verschaffen	30%	58%
Dauerausstellungen/ Sammlung	22%	55%
am Gebäude vorbeigekommen/spontan kurz ansehen	16%	28%
einzelne bestimmte Objekte/Kunstwerke/Inhalte	5%	17%
Begleitung/Gästen zeigen	4%	20%
begleite jemanden/wurde eingeladen	3%	17%
Führung/Veranstaltung	3%	4%
kostenpflichtige Sonderausstellung	2%	7%

5.4.2 Welche Rolle spielen freie Eintrittsangebote für die Besucher? Welche anderen Anreize sind für weitere Besuche wichtig?

Tab. Anh5 32: Mittelwerte der Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen und Standardabweichung

Ich würde (noch) häufiger ins Museum gehen, wenn...	Mittelwert	Standardabweichung
ich mehr Zeit hätte	3,87	1,238
der Eintritt für alle immer frei wäre	3,58	1,479
die Ausstellungen (noch) interessanter wären	3,49	1,282
die Öffnungszeiten abends länger wären	3,33	1,345
mehr Begleitangebote kostenfrei wären (ohne TECHNOSEUM Mannheim)	3,30	1,377
der Eintritt bis 18/20 Jahre (immer) frei wäre (ohne Landesmuseum Württemb.)	3,17	1,523
der Museumseintritt günstiger wäre (ohne Landesmuseum Württemb.)	3,09	1,370
die Begleitangebote ansprechender wären (z.B. Führungen, Kinderangebote, Audioguide, Workshops)	3,01	1,267
der Weg ins Museum kürzer wäre/es besser erreichbar wäre	3,00	1,407
der öffentliche Nahverkehr zum Museum günstiger wäre	2,97	1,417
ich die passende Begleitung hätte	2,97	1,369
es mehr Aufenthaltsorte gäbe (z.B. Lounge, Sitze, freies WLAN)	2,91	1,285
die Gastronomie ansprechender wäre	2,76	1,335

Tab. Anh5 33: Mittelwerte der Zustimmung zu 13 Besuchsanreizen gesamt und nach Museen unterschieden

Aussage	Gesamt	Landesmuseum Württ.	Staatsgalerie Stuttgart	ZKM Karlsruhe	Museum für Naturkunde KA	TECHNOSEUM Mannheim
mehr Zeit	3,87	3,93	3,93	3,93	3,70	3,83
Eintritt für alle immer frei	3,58	4,02	3,79	3,71	3,18	3,09
Ausstellungen (noch) interessanter	3,49	3,69	3,56	3,48	3,39	3,30
Öffnungszeiten abends länger	3,33	3,30	3,49	3,47	3,03	3,37
mehr Begleitangebote kostenfrei	3,30	3,47	3,37	3,28	3,05	-
Eintritt bis 18/20 J. (immer) frei	3,17	-	3,25	3,17	3,10	3,19
Museumseintritt günstiger	3,09	-	3,42	3,04	2,92	3,00
Begleitangebote ansprechender	3,01	3,17	3,03	2,80	2,95	3,10
Weg ins Museum kürzer/besser erreichbar	3,00	2,92	3,21	3,08	2,72	3,12
öffentlicher Nahverkehr zum Museum günstiger	2,97	3,17	3,27	2,80	2,77	2,82
passende Begleitung	2,97	3,12	3,04	3,14	2,68	2,83
mehr Aufenthaltsorte	2,91	3,14	3,02	2,71	2,69	2,96
Gastronomie ansprechender	2,76	3,00	2,70	2,59	2,58	2,85

**Tab. Anh5 34: offene Antworten sonstiges zu: Ich würde (noch) häufiger ins Museum gehen nach Museen
(Aussagen zu Preisgestaltung fett hervorgehoben)**

a) sonstige Nennungen am Landesmuseum Württemberg	
Entfernung zum Museum näher wäre (Touristen, keine Einheimischen)	15
An English guide book / info	1
Die Luft besser wäre. Vielleicht kann man da was machen?	1
Eintritt 1x wöchentlich frei wäre ein guter Kompromiss	1
Familienangebote angeboten würden (außer Junges Schloss)	1
If all the descriptions are in English at least	1
If most of the collections had an English translation, it would be good to follow	1
Ist zu teuer	1
kostenloser Eintritt, damit man spontan auch Kurzbesuche machen kann	1
Kuchen und Kaffee	1
Literaturliste mit Büchern über verschiedene Kulturen und Perioden bereitstellen, mehr fremdsprachige Erklärungen, z.B. Chinesisch.	1
Mehr englische Erklärungen	1
mehr fremdsprachige Audioguides	1
mehr fremdsprachige Guides	1
Mehr für Kinder geboten würde	1
Mir hat es gefallen wie es ist	1
Mir hat es genauso gefallen wie es ist	1
permanente/mehr Angebote für Kinder	1
Uhren- und Astronomieausstellung offen wäre	1
Very good	1
wenn das Museum kinderfreundlicher wäre	1
Wenn es mehr Werbung gäbe	1

b) sonstige Nennungen in der Staatsgalerie Stuttgart	
Entfernung zum Museum näher wäre (Touristen, keine Einheimischen)	23
Architekturführungen	1
Behinderung 100% erste Begleitung frei	1
Der Außenbereich besser einbezogen wäre.	1
Englischer Audioguide wäre gut	1
Etwas mehr Info-Material zur Sammlung	1
ich gehe fast alle 2-3 Wochen in die Staatsgalerie	1
Ich gehe, wenn ich Interesse habe	1
Ich komme wegen der Ausstellung, nicht wegen Benefits	1
ich würde immer kommen	1
Jeff Koons wiederkommt	1
Kombikarte	1
Mehr Infos auf Englisch wären für internationale Besucher; mehr Führungen abends für Berufstätige	1
mehr Monet	1
Mehr Schilder!	1
mehr Werbung in den Lokalzeitungen (Kehler Zeitung z.B.)	1
Parkgebühr entfallen würde	1
Parkplätze nicht so unverschämt teuer wären	1
the museum map was easier to understand - but maybe that's just me.	1
weniger Baustellen	1
Wenn ich Interesse an einer Ausstellung habe, komme ich	1

c) sonstige Nennungen am ZKM Karlsruhe	
Entfernung zum Museum näher wäre (Touristen, keine Einheimischen)	18
Angebote für z.B. Singles	1
Ausstellungen sind sehr gut	1
Ausstellungen stärker bürgernah, mehr erklären	1
Beschriftungen größer, höher anbringen und beleuchten	1
Bildung darf nichts kosten, habe gespendet	1
einfachere Erklärungen für Kinder	1
ermäßigte Parkkosten für Museumsbesucher	1
es ist alles gut wie es ist	1
Info per E-Mail	1
Lebenssituation (Alter, Gesundheit)	1
mehr Abendvorstellungen/Diskussionsrunden/politisch, soziologisch/Bildung	1
mehr Video Spiele	1
Wenn die Ausstellungsdauer kürzer wäre und es mehrere Sonderausstellungen gäbe.	1
wenn es Cola oder Club Mate gibt und frühere Öffnungszeiten	1
Wenn ich eine Ahnung hätte, was mich erwartet, besser angekündigt wäre	1
wenn mich die Ausstellung anspricht	1

d) sonstige Nennungen am Museum für Naturkunde Karlsruhe	
Entfernung zum Museum näher wäre (Touristen, keine Einheimischen)	7
alles egal, ich komme schon seit Jahren gerne.	1
Audio auf Englisch	1
Ausstellung und Preise lassen eigentlich nichts zu wünschen übrig	1
das Museum etwas modernisiert wäre. Es fehlen Audio/Videoinstallationen, die Aufmerksamkeit erregen.	1
Die Aufsichten freundlicher wären und einen nicht wie potentielle Verbrecher behandeln würden.	1
es mehr zum Anfassen gäbe für Kleinkinder	1
Flaschen Wasser kostenlos	1
Für Rentner ermäßigt wäre.	1
Getränkeautomat	1
Ich durch evtl. Werbung häufiger daran erinnert werden würde.	1
Ich gehe immer nur mit meinem 3 jährigen Sohn hier hin, um Fische, Krokodile und Schildkröten zu sehen. Für anderes reicht die Ausdauer nicht.	1
Ich war mit allem zufrieden.	1
kinderfreundlicher; noch mehr zum anfassen	1
mehr Dinosaurier	1
mehr interaktive Möglichkeiten bei den Ausstellungen	1
Museen sollten kostenfrei für alle sein, Finanzierung durch Budget und Bundeshaushalt	1
Parkplätze	1
Passt so. Wissen aufbereitet kostet nun mal.	1
Wenn die Aufsichten freundlicher und kinderorientierter wären.	1
wenn es noch mehr lebendige Tiere gäbe	1
wenn funktionelle Exponate (z.B Flussmaschine) funktionieren würden	1

e) sonstige Nennungen am TECHNOSEUM Mannheim	
Entfernung zum Museum näher wäre (Touristen, keine Einheimischen)	8
Audioguide	1
Besser zu erkennen, dass es ein Museum ist.	1
bessere Parkmöglichkeiten	1
Es war super interessant - ich fand es toll, da gibt's nichts dran zu ändern. Weiter so!!!	1
Hatte bereits Jahreskarte	1
Ich komme eh nochmal.	1
ich komme in jedem Fall wieder nach der 1. positiven Erfahrung!	1
Ich sehe keinen enormen Änderungsgrund.	1
Inhalte und Exponate sind toll! Interaktive Inhalte sind toll	1
komme alle 2 Jahre oder Sonderanlass	1
längere Öffnungszeiten, mehr Möglichkeiten für kleine Kinder oder Kurzzeitkarten z.B. für 2 Stunden	1
mehr abwechselnde Ausstellungen	1
noch interaktiver für Kinder	1
Technoclub sollte nicht am Freitag sein, warum nicht Samstag; Parkmöglichkeiten sollten verbessert werden	1
Video-Kästen überarbeiten, aktuellere Videos	1

Signifikante Ergebnisse zur Zustimmung zu Besuchsanreizen nach Strukturmerkmalen unterschieden

Abb. Anh5 2: Mittelwerte der Zustimmung zu Besuchsanreizen nach Alter unterschieden

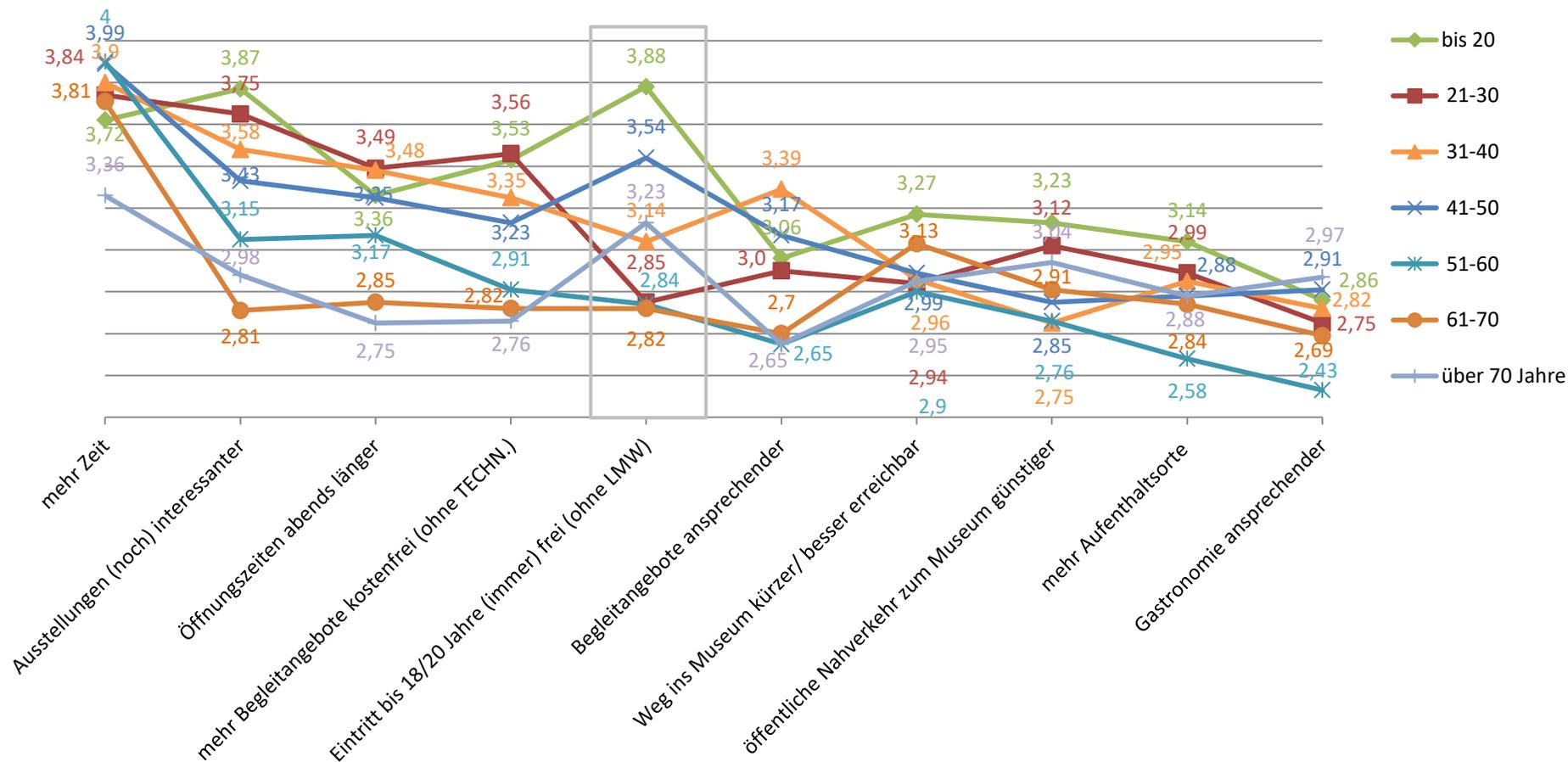


Abb. Anh5 3: Mittelwerte der Zustimmung zu Besuchsreizen nach Bildungsabschluss unterschieden

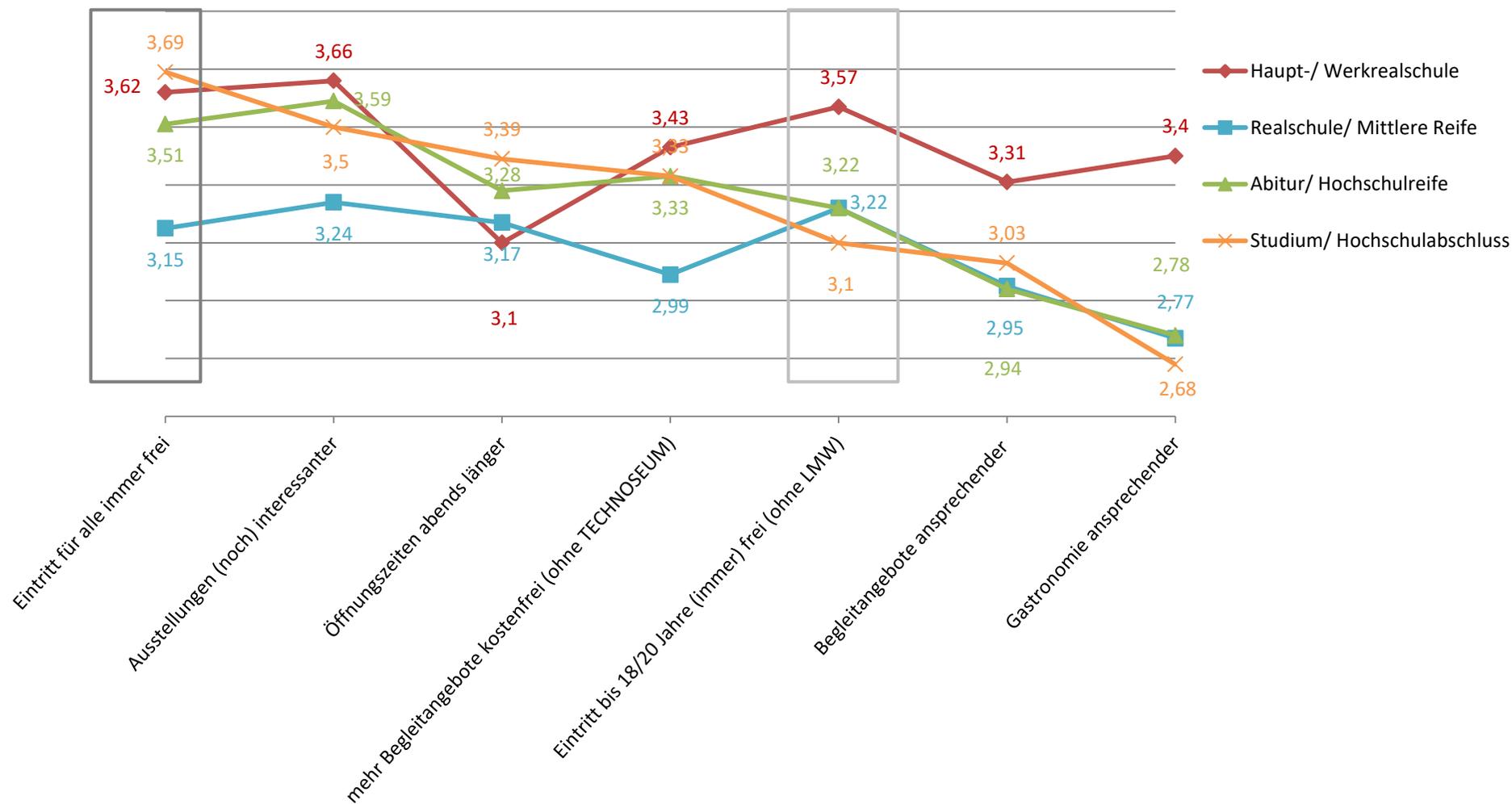


Abb. Anh5 4: Mittelwerte der Zustimmung zu Besuchsreizen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen unterschieden

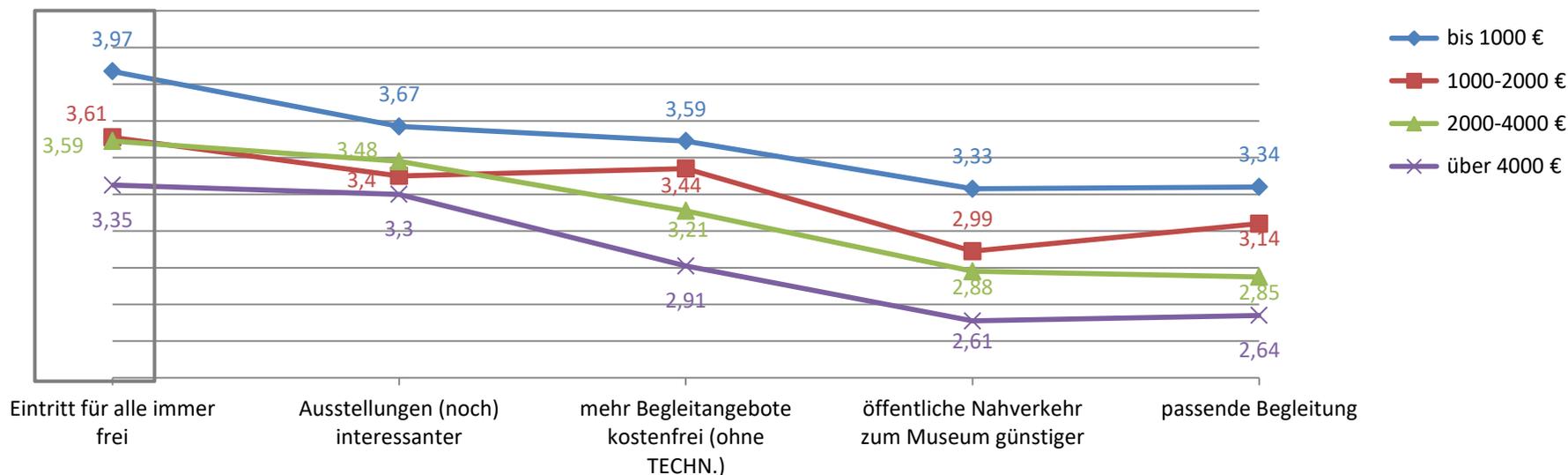
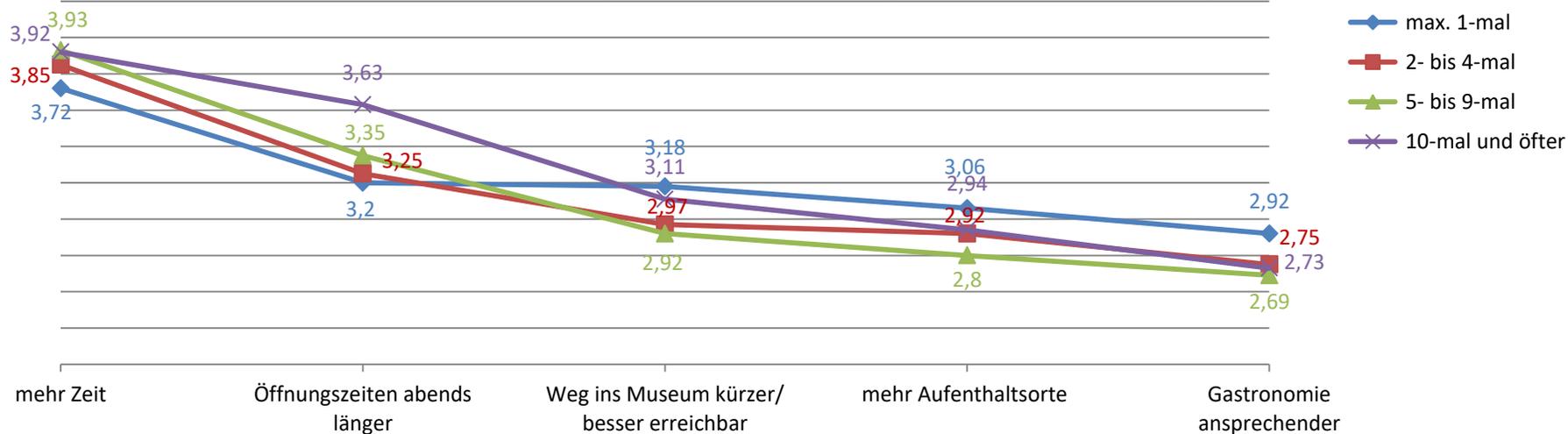
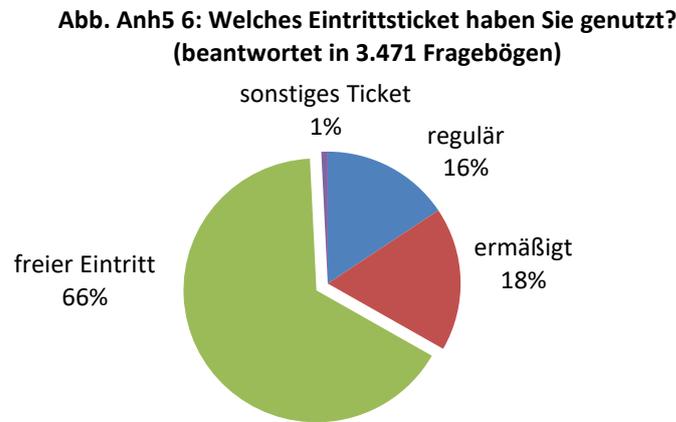


Abb. Anh5 5: Mittelwerte der Zustimmung zu Besuchsreizen nach allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit unterschieden



Ergänzende Fragen aus der Besucherbefragung:

Welches Eintrittsticket haben Sie heute genutzt?



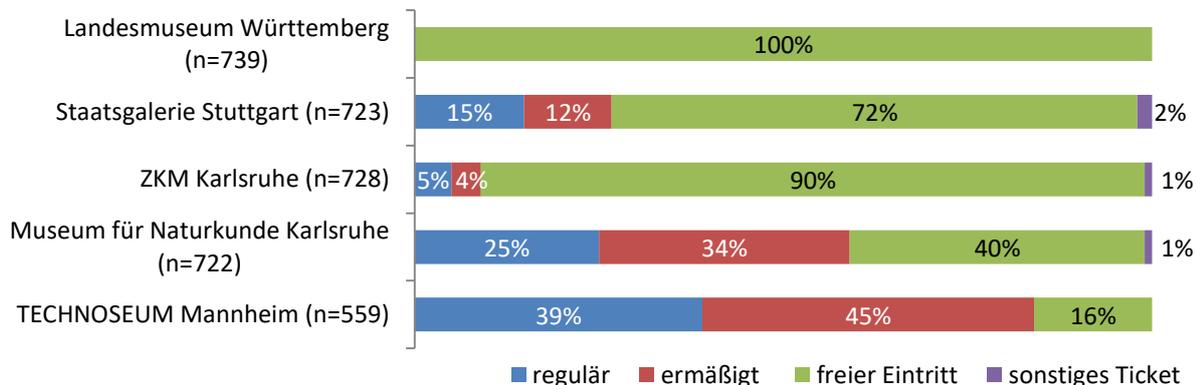
Tab. Anh5 35: Arten von ermäßigten/freien Eintrittstickets

a) ermäßigtes Ticket nämlich	Häufigkeit
Familienkarte	265
Studierende	107
ÖPNV/Bahnticket	43
Schüler	42
Jahreskarte	34
Gruppe/gebuchtes Gruppenangebot	32
Behinderung	24
Schule im Klassenverband	9
Azubi/BufDi	5
Gutschein/Gutscheinheft	5
Kundenkarte Kooperationspartner	5
Rentner	5
Tourismuskarte	5
Freundeskreis Führung	3
Kulturpass/Bonuscard+Kultur/Hartz4	1

b) freier Eintritt weil	Häufigkeit
Freitagnachmittag	394
Open Codes	187
Mittwoch	128
Mitglied Förderverein/Freundeskreis	72
Museumspass	64
Veranstaltung	45
Familienpass/Landesfamilienpass	42
unter 20 Jahre	26
Studierende	24
beruflich	13
Touristenkarte	13
Gutschein/Gutscheinheft	10
Kulturpass/Bonuscard+Kultur/Hartz4	6
Presse	6
Gruppe/gebuchtes Gruppenangebot	5
ICOM	5
Behinderung/Begleitperson	4
Freikarte	3
Gewinn	3
Geschenk/Einladung	3
Clubmitglied	2
Ehrenamt	2

Nach Museen unterschieden:

Abb. Anh5 7: Welches Eintrittsticket haben Sie genutzt? (nach Museen unterschieden)



Tab. Anh5 36: Arten von ermäßigten Eintrittstickets nach Museen unterschieden

a) ermäßigtes Ticket nämlich (Staatsgalerie Stuttgart)	Häufigkeit
VVS	35
Bahnticket	8
Schwerbehinderung	8
Studierende	7
Gruppenführung	5
Schüler	4
Freunde der Staatsgalerie Führung	3
Gruppe	2
Senior	2
Art-Card	1

b) ermäßigtes Ticket nämlich (ZKM Karlsruhe)	Häufigkeit
Studierende	9
Schüler	5
Rentner	4
Familienkarte	1
Gruppe	1

c) ermäßigtes Ticket nämlich (Museum für Naturkunde Karlsruhe)	Häufigkeit
Familienkarte	139
Studierende	43
Jahreskarte	30
Schüler	17
Karlsruhe Card	5
Azubi	4
Schwerbehinderung	4
Gutscheinbuch	1

d) ermäßigtes Ticket nämlich (TECHNOSEUM Mannheim)	Häufigkeit
Familienkarte	125
Studierende	48
gebuchtes Gruppenangebot	23
Schüler	16
Schwerbehinderung	12
Schule im Klassenverband	9
Morgencard	4
Schlemmerblock	3
Arbeitslosenausweis	1
Ausweis	1
Bundesfreiwilligendienst	1
Gruppe	1
Gutschein	1
Rentner	1

Tab. Anh5 37: Arten von freien Eintrittstickets nach Museen unterschieden

a) freier Eintritt weil (Staatsgalerie Stuttgart)	Häufigkeit
Mittwoch	128
Mitglied Freunde der Staatsgalerie/ Galerieverein	52
unter 20 Jahre	26
Museumspass	16
Studierende	13
StuttCard	5
Presse	4
Gruppe	3
AWO	2
Bonuscard + Kultur	2
Geburtstagsfeier	2
Geschenk	2
Gutschein	2
ICOM	2
Mitarbeiterführung	2
ehrenamtlich tätig	1
Hartz 4	1
L-Bank	1

c) freier Eintritt weil (Museum für Naturkunde Karlsruhe)	Häufigkeit
Freitagnachmittag	242
Landesfamilienpass	15
Museumspass	10
Mitglied Freundeskreis	8
Karlsruhe Card	6
Studierende	5
Schwerbehinderung	1
Mitarbeiter	1
Preisausschreiben	1

Sonstiges Ticket:

Staatsgalerie Stuttgart: Führung (5)

ZKM Karlsruhe: Gruppe (4), Führung (2)

Museum für Naturkunde Karlsruhe:

Kindergeburtstag (2), Gruppe mit Führung (1), Bon (1)

b) freier Eintritt weil (ZKM Karlsruhe)	Häufigkeit
Open Codes	187
Freitagnachmittag	153
Veranstaltungen (u.a. Film, Master- class, Workshop, Führung)	28
Museumspass	12
Tag des offenen Denkmals	12
beruflich (Firmeneintritt, Berufsaus- flug)	8
Studierende	6
Förderverein	3
beruflich	2
Gruppe	2
ICOM	2
Karlsruhe Card	2
Landesfamilienpass	2
Bibliothek	1
Einladung	1

d) freier Eintritt weil (TECHNOSEUM Mannheim)	Häufigkeit
Museumspass	26
Familienpass/Landesfamilienpass	25
Mitgliedschaft im Freundeskreis	9
Schlemmerblock	4
Begleitperson	3
Gutscheinheft	3
Gewinn	2
Maimarkt-Ticket	2
Presse	2
Führung	2
Technoakademie/Technoclub	2
Alleinerziehender	1
Ehrenamt	1
Freikarte	1
Geburtstag	1
Gutschein	1
ICOM	1
Kulturpass	1

Hätten Sie heute sowieso freien Eintritt gehabt, auch ohne das Angebot?

- Frage nur im Landesmuseum Württemberg (Altes Schloss) gestellt, da dort keine Frage nach dem genutzten Eintrittsticket möglich war
- 13% (93 Befragte) gaben an sowieso freien Eintritt ins Landesmuseum Württemberg gehabt zu haben

Tab. Anh5 38: Gründe für zusätzlichen freien Eintrittsanspruch am Landesmuseum Württemberg

sowieso freien Eintritt nämlich:	Häufigkeit
StuttCard	16
Museumspass	9
Württembergischer Verein für Münzkunde	4
Landesfamilienpass/Familienpass	3
Fördergesellschaft	2
ICOM	1
Studierende	1
Gesellschaft für Ordenskunde	1
Hegel-Haus	1

Zusätzliche Einzelanmerkungen der befragten Besucher an den Museen:**Tab. Anh5 39: zusätzliche Einzelanmerkungen der Besucher im Landesmuseum Württemberg (Altes Schloss)**

Landesmuseum Württemberg	
Freier Eintritt/Eintrittspreise:	15
Aktion kostenlos ins Museum ist großartig	1
Danke der Firma Würth für den kostenlosen Eintritt!	1
Danke für diese Möglichkeit	1
Danke Herr Würth!	1
Den freien Eintritt bitte beibehalten	1
Enjoyed the museum very much. Good info. Great that is free.	1
Enjoyed the walls though time. Good that it was free.	1
Freier Eintritt war gut mit Kindern. Danke	1
Konzept finde ich sehr gut sowie kostenlosen Eintritt	1
Kostenlose Besuche wären dauerhaft schön	1
Nice staff/clean/happy/will come back. Please advertisement about free admission to tourists ex. Facebookpage.	1
super tolle Sammlung, schön, dass der Eintritt frei ist	1
Super, freier Eintritt; Zugang zu Kultur für alle möglich	1
very happy for free admission	1
Es wäre gut, wenn man mit Museumspass Personen über 18 ermäßigt mitnehmen könnte	1
Mehrsprachigkeit:	21
beautiful, easy to read and follow, enjoyed the exhibits and appreciated the extensive English	1
Beschreibung der Stücke auf Englisch wäre toll	1
bitte mehr Objektinformationen in Englisch	1
Commentary written in English for individual items would be of assistance	1
English signs were very welcome	1
Enjoyed it very much. Very interesting. More English descriptions might be nice but it was still nice to be free to interpret it as we fancied. Maybe a booklet that tourist can buy that has the artefacts and numbers so they can go through & find what they	1
Großartige Kunstwerke, aber schwer mit den deutschen Erklärungen zu verstehen, Audioguide wurde nicht angeboten.	1
I would have liked to read more of the text in English. Not enough translation	1
I'd love to see more English explanation along the exhibition. The place is clean and well-organized. Big applause to you.	1
Lovely museum!!! More English translation would be helpful. Danke!	1
Mehr Angebote auf französisch, z.B. Guided Tour; Toll für Kinder!	1
Mehr Optionen für die englische Sprache, mehr interaktiv	1
Mir hat es gut gefallen! Mir hätte es noch besser gefallen, wenn es überall englische Übersetzungen gegeben hätte und dazu einen englischen Audioguide!	1
More English specification	1
More info in other languages! If you don't understand German, it is not possible to learn something!	1
Please have Chinese guides or more English instructions	1
No english interpretation	1
Sehr gute Museumsgestaltung und gut beleuchtet. Mehr englische Übersetzungen wären schön	1
The museum seems interesting, but there are no description in English, so we couldn't understand anything	1
Tolles Museum, Displays von hoher Qualität; mehr Audioguides in English	1

Very interesting museum. I really liked it! Very good presentation and way to expose is. Just a minus to point - the description of items should also be in English (as I don't understand German).	1
Kritik am Personal:	13
Rude (greek) security female!!!	2
the museum is so interesting but the staff is not welcoming	1
Bitte weisen Sie darauf hin, dass größere Taschen nicht erlaubt sind. Das ist keineswegs die Pflicht des Besuchers dies zu wissen oder zu erfragen. Des Weiteren ist der Vorwurf des Diebstahls aufgrund der Tasche eine Frechheit! Schulen Sie das Personal	1
Das Museumspersonal verfolgt und beobachtet einen so unangenehm, dass man am liebsten gehen möchte.	1
das Personal ist sehr unfreundlich gegenüber Kindern. Ich fühle mich verfolgt.	1
Fantastisches Museum, aber zu viel Überwachung der Aufsichten, als ob sie uns verdächtigen	1
Relativ unfreundliche Aufforderung das Museum zu verlassen, da Tasche mitgeführt wurde. Bitte vor Besuch darauf hinweisen, dass diese nicht mitgenommen werden darf. Sich dann als Dieb beschimpfen zu lassen ist eine Frechheit! Wir kommen nie wieder!	1
Sehr unfreundliches Personal. Wurden ständig verfolgt, da wir Kinder dabei hatten! -Punkte!	1
Staff non welcoming, I will not recommend it	1
Tolles Museum aber mir hat es nicht gefallen, dass die Aufsicht mir hinterhergelaufen ist und mich beobachtet hat	1
Wenig, nur 2 Besucher; Hinweis einer Museumswärterin, eine dünne Strickjacke über Schulter zu legen fand ich sehr unpassend und übertrieben!	1
Wir fühlen uns hier nicht sehr willkommen. Die Aufseher erscheinen eher unfreundlich und nicht sehr kinderlieb.	1
Lob zum Personal:	3
nett, informativ, nettes Personal; Das Archäologie-Spiel hat Spaß gemacht, ich würde noch mehr solche interaktive Spiele oder Versuchsstationen für Erwachsene und Kinder vorschlagen	1
Staff always super helpful, thank you! Looking forward to the sword centered exhibition	1
tolle Gestaltung; innovative Präsentation; gut organisiert und informativ; freundlicher Service	1
Sonstiges:	172
interessant/spannend/schön/exzellente/(sehr) gut/großartig/nett	68
Danke!	4
war interessant und habe neue Sachen gelernt	2
Tiefe Schublade für ältere Menschen schwierig. Beschreibung am Objekt wäre besser als Nummern. Manche Schrift auf dem Glas mangels Kontrast nur schwer zu lesen.	1
A sensational addition to Stuttgart (last visit 1989)	1
Absolut zu empfehlen	1
Alle meine Gäste sind sehr gerne hier her gekommen und waren von der Qualität der Ausstellung sehr beeindruckt.	1
Almost all exhibited item had an adequate text that accompanies them, text site and length are well chosen. I had a great museum experience.	1
At the end of an visiting I was having difficulties at breathing because some places are claustrophobic and I couldn't find an open window. 5* in everything else.	1
Beeindruckende Ausstellung und sehr gut aufbereitet! Sehr informativ, ich komme wieder.	1
Braucht mehr Luft, zu stickig	1
Danke für den tollen Besuch!	1
Das Museum ist toll und ich werde es meinen Freunden erzählen, die gerade Stuttgart besuchen	1
Das Museum war großartig und es war unglaublich toll so viele gut erhaltene Objekte zu sehen	1
Der Besuch war sehr interessant. Ich habe viele historische Artefakte gesehen.	1
Die Ausstellung ist sehr interessant, jedoch für einen Tag zu viel. Man muss wiederkommen!	1
Die Ausstellungen sind sehr interessant und gut designt. Beim nächsten Besuch werde ich die Audiogui-	1

des benutzen, um eine noch tiefergehende Museumserfahrung zu haben.	
Die bedeutende gotische Skulptur (Multscher, Erkard u.a.) ist viel zu wenig ausgestellt. Große Enttäuschung!	1
Die Schaukasten-Schubladen sind eine gute Idee, sehr spannend	1
Die vielen Sitzgelegenheiten in den Ausstellungen sind gut; Noch mehr Interaktives wäre schön, wie z.B. dass man die Sonnenuhren ausprobieren kann; Mehr technische Beschreibung oder Zeigen des Verwendungszweckes wäre interessant (z.B. bei Uhren, Handwerk...)	1
Die Ziffern auf dem Ausstellungsglas sind sehr schlecht zu lesen, evtl. weiß nachziehen.	1
Dieses Museum ist außergewöhnlich, schöne Ausstellung einer sehr interessanten und großen Kollektion.	1
Ein interessanter Besuch	1
Ein positiver Besuch	1
Ein toller Besuch! Dankeschön!	1
Enjoyed the exhibition. Had a good time. Will visit again.	1
Es sind für die Kinder zu viele Infos - wir kommen wieder, um das anzusehen, wo die Konzentration diesmal nicht mehr reichte. Bessere Pausenmöglichkeiten wären super.	1
Es war interessant & schön gestaltet	1
Es war schön die alten Schätze zu sehen	1
Es war toll! Es hat sich gelohnt, hier Zeit zu verbringen	1
Fantastische Keltenausstellung!	1
gibt nichts zu kritisieren	1
Hat uns sehr gut gefallen. Wir waren auf dem Weindorf, wir kommen bestimmt wieder, zu wenig Zeit im Museum gehabt, sehr interessant	1
historisch eine sehr wertvolle Ausstellung, auch für Kinder (5. u. 7. Klasse).	1
I liked the way you exposited. The light was very good, so you see the objects on their best.	1
I visit this museum last year but I think this time these are more informative/ new sections	1
I would appreciate more guiding me from one room to another. It is often confusing where I should go. Thanks!	1
I would definitely recommend to friends coming to Stuttgart	1
Ich bin nicht oft in Deutschland	1
Ich brauche was praktisches, Schwert zum anfassen	1
Ich komme aus München	1
Ich war enttäuscht vom Münzkabinett. Bei einer so großen Sammlung hätte ich es mir größer gewünscht.	1
Ich würde gerne die Schwert Ausstellung im Oktober anschauen	1
Im letzten Saal fehlt der Schritt von der Nazizeit - zur Neugründung Württembergs! Es wird nur erwähnt, dass 1952 BaWü gegründet wurde. Zwischen 45 und 52??	1
interessante, sehr gut gemachte Ausstellung, modern	1
it was an amazing visit. I will do it again if I can. Love Germany	1
It was nice to spent time in here. Thank you very much.	1
It was quite an interesting visit, but the exhibitions could be a bit more expanded. Other than that it was amazing.	1
It was really good to see the collection!	1
leider konnten wir nur bis 17h gucken	1
Loved it. I liked how the flow of the exhibition explained the changing culture of Germany.	1
Mehr Ausstellungen über BW von ca. 1800-1930	1
Mehr Beschäftigung für die Kinder	1
Mehr Repliken wären schön!	1
Mehr Stationen für Kinder wäre super	1
Mir hat der 2. Stock und die Geschichte der Region sehr gut gefallen	1
My feet hurt, but it was cool	1
Netter Ort mit interessanten Inhalten	1

Nice visit. I would like more fighting scenes.	1
Noch kinderfreundlicher werden!	1
Noch mehr Interaktivität wünschenswert.	1
Really enjoyed the chronological order	1
Rundgang sollte besser gekennzeichnet sein; Gastronomie fehlt sehr, dann würde sich auch Tagesbesuch lohnen	1
sehr gut, gut organisiert	1
Sehr informativ, hatte persönlich heute zu wenig Zeit, werde bestimmt nochmals wiederkommen	1
Sehr informative Ausstellung	1
Sehr interessant zusammen mit Menschen aus anderen Kulturen!	1
sehr interessante und sehenswerte Ausstellung	1
Sehr lehrreich und einnehmend	1
sehr modern und spaßig eingerichtet	1
sehr schön, lehrreich, interessant	1
Sehr schöne didaktisch gut aufgearbeitete Ausstellung; dann war die Öffnungszeit zu Ende, leider	1
sehr schöne Präsentation der Objekte!	1
Sehr schönes Design des Museums.	1
Sehr schönes Museum, wäre gerne noch länger geblieben	1
Super Angebot. Sehr schönes Museum.	1
Thank you for a lovely visit	1
The paints were funny.	1
Tolle neue Präsentation der einzelnen Ausstellungen.	1
Tolle Präsentation der Schausammlung! Das ist eine erhebliche Verbesserung zu früher.	1
Toller Ort für einen Besuch!	1
überraschend gut sortiert und reichhaltig	1
überraschend gute Ausstellungen	1
Unterhaltsam und lehrreich	1
Vergelt es Gott! Und Dankeschön	1
Very clean and well presented exhibits	1
Very impressed, nice journey though the history	1
Viel zu sehen	1
vielen Dank, werde wiederkommen, mehr Zeit mitbringen	1
Vitrinen zum Teil zu hoch	1
War alles wunderschön, auch den Kindern hat es gefallen	1
War auf Durchreise mit der Bundesbahn	1
War sehr lehrreich und interessant für Geschichtsinteressierte.	1
War überrascht, wie gut das Museum ist. Würde auf jeden Fall wieder kommen.	1
Was very quick due to closing. Liked the hands on exhibits	1
We enjoyed the chronology. I recommend it continue with the 3rd Reich.	1
Wir waren sehr beeindruckt und auch die Kinder fanden es sehr interessant	1
wirklich fantastisch und hat mein Interesse geweckt, mehr über Baden-Württemberg zu erfahren	1
Wunderbare Ausstellung und sehr gutes Konzept! Tolles Gebäude, freundliches Personal	1
zu Sonderausstellungen komme ich meistens	1
Zu viel Frühgeschichte! Wo sind die Flügelaltäre!	1

Tab. Anh5 40: zusätzliche Einzelanmerkungen der Besucher in der Staatsgalerie Stuttgart

Staatsgalerie Stuttgart	
Freier Eintritt/Eintrittspreise:	12
Es ist grandios, dass wenigstens ein Tag freier Eintritt ist. Seit ich das kapiert habe, komme ich sehr oft mittwochs nach der Arbeit.	1
freier Eintritt ein schöner und willkommener Anlass für die Familie	1
freier Eintritt weil Kunst bezahlbar sein sollte	1
ich muss sparen	1
Ja, ich bin ursprünglich auf die Idee "ins Museum zu gehen" durch die Info gekommen, dass freier Eintritt ist. (Habe dann aber doch 2,50€ für die Führung bezahlt, was total okay ist)	1
sehr interessante Jubiläumsausstellung, auch kostenfreier Eintritt sollte häufiger angeboten werden	1
Such a great museum. One of the best I've been. It's great that it's free for student.	1
Weil ich wenig Geld habe	1
Weiter so. Bitte freien Eintritt für Flüchtlinge und Ermäßigung für Senioren.	1
wenig Geld	1
Zusätzliche Eintrittskarten bei Führungen sind schade, dadurch wird es (für mich) sehr teuer und man kommt seltener	1
Eintrittskarte ist viel zu teuer (11,50 Euro nur Kirchner) für so eine kleine Ausstellung. Louvre in Paris kostet weniger.	1
Sonderausstellung Ernst Ludwig Kirchner:	16
Die Kirchner-Ausstellung im Graphik-Kabinett ist wunderbar.	1
Die Kirchner-Führung war sehr informativ und das Haus überhaupt ist immer einen Besuch wert; Ich bin Freundeskreis-Mitglied und wohne in Tübingen.	1
Die Sonderausstellung "Kirchner" war besonders ansprechend - eine beeindruckende Zusammenstellung! Großes Lob!	1
Führung zu Kirchner war sehr informativ, interessant und kurzweilig	1
Große Ausstellung von Arbeiten - speziell Kirchners Druckereien	1
Ich bin begeistert! E.L. Kirchner ein sehr guter Überblick über den großartigen Künstler, schlimm was im nationalsozialistischen Deutschland entartete Kunst war!!! Möge es friedlich werden.	1
Kirchner-Ausstellung toll	1
Kirchner-Ausstellung war sehr beeindruckend, Kabinett nicht so arg.	1
Kirchner Ausstellung hat mir gut gefallen	1
Kirchner Ausstellung war sehr spannend und inspirierend	1
Mehrfachbesuch der Kirchner-Ausstellung	1
Mir hat die Kirchner-Ausstellung sehr zugesagt.	1
Sehr gute Führung Kirchner, sehr gut!	1
Soviel Werke in der Sonderausstellung Kirchner waren eine echte Überraschung.	1
Vertiefung der Kirchner-Ausstellung	1
Sonderexpo Kirchner	1
Sammlung:	14
Wunderbare Sammlung!	2
Ausgedehnte Kollektion über eine große Zeitspanne mit einer riesigen Varianz an Künstlern. Habe den Besuch genossen!	1
Die Italienische Sammlung ist die beste.	1
Eine echt schöne Sammlung, besonders der Picasso Raum, Rothko usw.	1
Great collection!	1
großartiges Museum mit vielen Sammlungen	1
Die Sammlung ist außergewöhnlich, wir werden wieder kommen	1
Immer tolle Sonderausstellungen, hervorragende Sammlung	1
Man findet auf der Internetseite leider keine/nicht einfache Informationen zur Sammlung.	1
Mir gefällt alles hier! Und eine wunderbare Sammlung	1
sehr beeindruckende Sammlung	1

Sehr gute Sammlung	1
Super gute Kollektion mit vielen bekannten Künstlern	1
Orientierung:	5
Orientierungsplan nahezu unbrauchbar, Zuordnung unklar, schlechte Wegbeschreibung	1
Schlecht Beschilderung (Eingang?)	1
Schwere Orientierung	1
War begeistert, hatte Schwierigkeiten den Ausgang und Francis Bacon zu finden.	1
Die Markierungen könnten noch besser den Weg weisen, z.B. Linien auf dem Boden o.Ä.	1
Sonstiges:	126
wunderbar/toll/gut/wunderschön/großartig/interessant	32
Ich komme wieder!	2
aktuelle Ausstellungen, auch ständige Ausstellung	1
Ausgaben im Café	1
Bessere Ausschilderung von U-Bahn zu Staatsgalerie	1
Bitte mehr gut platzierte Sitzmöbel in den Ausstellungen; Bitte weniger eiskalt klimatisieren; Bitte mehr gut funktionierende Schließfächer	1
Café im Hof wäre fantastisch	1
Danke für das schöne Angebot in der Staatsgalerie!	1
Danke sehr!	1
Danke, dass es den Raum für Restauration gibt.	1
Danke, es tut immer wieder gut "alte Bekannte" zu sehen.	1
Das Beste heute: die Fotoausstellung A.T. Schäfer eine tolle Idee und Umsetzung	1
Der "Hörl-Müll" gehört nicht in so eine Galerie - gruselig! Auch nicht im Museumsshop	1
Die Ausstellung war grandios.	1
Die Einrichtung ist nicht wirklich attraktiv oder einladend.	1
Die Staatsgalerie ist immer einen Besuch wert.	1
Die Stühle in der Rotunde sind sehr unbequem, weswegen das Verweilen dort nicht lange dauert.	1
eines der besten Museen in Deutschland	1
Enjoyed it a lot. Great diversity.	1
Erläuterungsbilder der Bilder zum Teil zu matt, nur aus der Nähe (20 cm) lesbar	1
Es hat uns sehr gut gefallen und wir werden wieder hierher kommen, wenn wir in der Nähe sind.	1
Es ist schön in Stuttgart solche Kunstwerke zu sehen.	1
Es wäre super, wenn es Erklärungen unter den Gemälden gibt.	1
Es wäre toll, wenn auf dem Audioguide mehr Bilder vorgestellt werden würden und auch die Thematik des jeweiligen Saales anzuhören wäre; mehr Sitzplätze in den Ausstellungsräumen	1
Etwas mehr einzelne Sitze in den diversen Räumen wären angenehm.	1
Euer Shop ist total langweilig	1
Früher gab es mehr "große Ausstellungen"	1
Fühle mich ansonsten zu Hause hier - man kann baden in Kunst	1
Führung: Note 1	1
ganz schlecht: Anmeldung online für besondere Führungen	1
gefallen hat mir die Epochenzentrierung	1
Gut, ich habe Spaß hier.	1
Habe mir wieder vorgenommen öfter zu kommen, war ganz toll, danke	1
Hat gut gefallen aber anstrengend	1
Hätten im Café was getrunken, wenn es geöffnet gewesen wäre.	1
Hier herrscht eine gute Atmosphäre. Schön ist es, dass auch so viele Menschen hierher kommen, die vermutlich nicht zum "Kunst-Bildungsbürgertum" gehören. Ein Saalwächter hat etwas ungeduldig die erbetene Wegauskunft gegeben.	1
I loved the museum and would come back if I'm in Stuttgart again.	1
I particularly liked the Terrace.	1
Ich bin begeistert und stolz. Die didaktische Idee hinter der Ausstellung (moderne Abteilung) ist hervorragend und sehr hilfreich.	1

Ich bin gerne hier.	1
Ich bin oft in dieses Museum gekommen, als ich von 1974 bis 1977 in Stuttgart gelebt habe. Wir sind hierhergekommen für Kunstgeschichte-Unterricht, der für amerikanische Studenten angeboten wurde. Die Sammlung ist außergewöhnlich, wir werden wieder kommen	1
Ich finde die Staatsgalerie einfach super und freue mich jedes Mal, wenn ich hier bin!	1
Ich finde die Staatsgalerie sehr schön, mit einem interessanten Angebot	1
Ich habe die Zeit hier wirklich genossen, sehr schönes Museum, weiter so!	1
Ich komme oft und gerne in die Staatsgalerie - seit über 40 Jahren	1
Ich komme selten, aber gerne und freue mich, meinen Freunden dieses schöne Haus zu zeigen.	1
Ich liebe das Museum, es war wundervoll	1
Ich liebe die Staatsgalerie!	1
Idee, 175 durch bes. Ausstellung (z.B. Fotobild-Arrangements) finde ich sehr gut	1
Immer wieder schön hier zu sein. Selbstbedienungscafé fehlt, vor allem wenn Gruppen zu Sonderausstellungen kommen.	1
insgesamt sehr positiv, mehr Skulpturen aus dem Depot	1
Jubiläumsausstellung war super, die App als Audioguide eine tolle Idee, würde ich mir für jede Ausstellung wünschen	1
Komme immer gerne. Besuche alle Sonderausstellungen auch im Kunstmuseum, Stadtpalais usw.	1
komme leider nur besuchsweise nach Stuttgart, normalerweise mit Oberrhein. Museumsspass	1
Leider konnte ich das Bild von Neo Rauch nicht finden	1
Liebe Mitarbeiter!	1
liebenswertes Haus, ich werde es Freunden und Familien weiterempfehlen	1
love it!	1
Mehr Audioguides	1
Mehr impressionistische Bilder in Richtung Monet wären toll.	1
Mir hat die Ausstellung gefallen. Vor allem die Expo des Expressionismus und die Moderne. Trotzdem würde es mich freuen, wenn auch mehr Skizzierungen und/oder Entwürfe bedeutender Künstler ausgestellt wären...	1
Mir hat sowohl die Sonderausstellung als auch die reguläre sehr schön und die Audioguides waren sehr toll. Ich fände es noch schön, wenn in jedem Ausstellungsraum eine Bank wäre.	1
Museum difficult to reach	1
Museumsspass ist zu teuer geworden. Früher hatten wir als Familie einen. Gut wäre eine Kinderführung zu den Sonderausstellungen oder Kinderaudioguide	1
nette Tour	1
Personal war sehr nett	1
Schade, dass es keinen Gesamtkatalog 19.-20. Jahrhundert gibt	1
Schöner Ort; entspannend; klein; reich	1
sehr abwechslungsreich und vielseitig	1
sehr schön und ruhig	1
Sehr bequeme Couch, freundliche Mitarbeiter und angenehme Atmosphäre.	1
Sehr gut, enthusiastisch	1
Sehr gute Führung	1
Sehr interessante Ausstellung, habe manches gelernt.	1
Sehr schön ins Museum zu kommen. Liebe Balkenhol im Eingang und mehr.	1
Sehr schöne Ausstellungen	1
Sehr schöne, gegliederte und Filminformation begleitende Ausstellung	1
Sehr schönes Gebäude! Super Ausstellungen!	1
sehr schönes Museum, freundliches Personal	1
Sehr unterhaltsam - wunderbar	1
Sehr vielfältig	1
Super, schön zurück zu sein.	1
Thank you for this beautiful museum	1
Tolle Impressionisten	1
Um die Kunstwerke mehr genießen zu können, z.B. die Picassos, wären mehr Sitzgelegenheiten prima!	1
Variantenreiche und große Ausstellung	1

Von Vorteil wäre ein kleines Begleitheft zu den Sonderausstellungen, in vielen anderen Museen schon üblich	1
Wir hatten eine ausgezeichnete Führung und ich komme gerne wieder.	1
Wollte grad einem höher dotierten und mit Verantwortung ausgestatteten Mitarbeiter eine Frage stellen, er ließ mich stehen.	1
wunderbare Ausstellung	1
Wunderschönes Gebäude (Stirling)	1
wundervolle Kunstaussstellung	1
Würde gerne mal hinter die Kulissen schauen	1
Zugang vom Charlottenplatz katastrophal	1

Tab. Anh5 41: zusätzliche Einzelanmerkungen der Besucher am ZKM Karlsruhe

ZKM Karlsruhe	
Freier Eintritt/Eintrittspreise:	13
Der Eintritt sollte nicht für alle kostenlos sein, da ihr für die Einrichtung und alles auch was einnehmen müsst.	1
Freie Bildung für alle	1
freier Eintritt ist für einen Kurzbesuch super!	1
freier Eintritt weil ich kein Geld zur Verfügung habe	1
Ich bin ein großer Fan davon, dass Open Codes alles kostenlos anbietet. Hier kann man sich auf das wesentliche konzentrieren, ohne sich von Hunger und Durst zum Kauf überteuerter Verpflegung genötigt zu fühlen! Niemand wird ausgeschlossen, weil er/sie arm	1
Ich liebe diesen Platz, vor allem weil er so viel Wissen umsonst anbietet	1
Ich wünschte, ich hätte mehr Zeit gehabt. Ich werde bald mit einer Studentengruppe zurückkommen, auf der Suche nach freiem Eintritt. Es ist ein toller Ort. Gut gemacht	1
interessant; Besuch mit Pflegeheimbewohner, wenig Geld	1
Kultur muss frei sein	1
Kultur muss gratis sein	1
Kunst und Kultur für alle! Und zwar frei!	1
der Eintritt war kostenlos, was wirklich toll ist.	1
niedriger Eintrittspreis ist super	1
Open Codes:	27
Besonders toll ist das Open-Space-Arbeitsklima samt Verpflegung bei der Open-Codes-Ausstellung. Super toll, allein dafür und fürs Angebot lohnt sich der Besuch.	1
Die Idee von Open Codes mit Früchten und free Workspace ist sehr gut	1
Die Open Codes Ausstellung gibt mir die Möglichkeit zu arbeiten, Leute zu treffen und mir Inspiration zu holen. Ich bin ein sehr regelmäßiger Gast.	1
die Tischtennisplatte und Tischkicker waren super	1
Es wäre schön, wenn es Open Codes immer gäbe (zum Arbeiten).	1
Sehr gut das Angebot bei "Open Codes"	1
Geil, vor allem Getränke und Bilderreihen	1
Gratis Kaffee ist super!	1
gut, dass gratis Essen (Bananen) und Getränke, sowie Interaktionsmöglichkeiten	1
gute Äpfel und heiße Schokolade	1
Ich begrüße das Angebot von kostenlosen Getränken sowie Essen. Die Atmosphäre ist ruhig und entspannt	1
Ich komme immer wieder. Lounge/Essen ist für mich vollkommen ausreichend	1
Im Begleitheft zu Open Codes habe ich einen QR-Code zur ZKM-App vermisst. Ferner wären Erklärungen zu den einzelnen Exponaten ganz recht.	1
Mir gefällt es, in Open Codes zu arbeiten und die Ausstellung zu betrachten, vor allem, da es wechselt. Ich bin jeden Tag hierhergekommen, um zu arbeiten, es war interessant und klimatisiert.	1
Open Codes behandelt wirklich wichtige Themen. Und mit hat es wirklich Spaß gemacht, aber die Ausstellungsdauer ist wirklich zu lang (über 1 Jahr). Ich würde gerne öfter unterschiedliche Ausstellungen besuchen.	1
Open Codes hinterfragt Konzept von Ausstellung, super	1
Open Codes ist für mich immer wieder interessant. Es gibt immer Neues zu entdecken. Vielen Dank dafür.	1
Open Codes liefert einen überaus schön gestalteten und vielseitigen Überblick über die Codierungshistorie. Vielen Dank	1
Open Codes super interessant und toll präsentiert	1
Open Codes war interessant, besonders das Schaffen von Fotobüchern. Ich habe auch die freien Getränke geschätzt	1
Open Codes zu "abgespaced", sollte nahbarer sein und mehr erklären	1
sehr gut gefallen, aus Zeitgründen konnte ich nicht gesamte Open Codes ansehen leider	1
Sehr interessant. Cool mit gratis Obst/Getränken. Lädt zum Verweilen ein.	1

Tolle Ausstellung (Open Codes)	1
Die Äpfel in den Obstschalen sind top! Weiter so!	1
Ich finde es toll, wenn es so etwas wie ein öffentliches Wohnzimmer gibt.	1
Ich komme als Student gerne hier her, um zu lernen und gratis Kaffee.	1
Sonstiges	135
Es war schön/interessant/sehr gut/gefällt/großartig/tolles Museum	41
Dankeschön	3
Gastronomie ist zu teuer	2
komme gerne wieder	2
1A-Ausstellung	1
Alles prima, komme wieder.	1
Anfassen/nicht anfassen manchmal unklar	1
Angebote Ausstellungen waren früher um ein Vielfaches ansprechender. So habe ich kein Interesse mehr am ZKM!	1
Ansonsten sehr zufrieden mit dem ZKM	1
ansprechendes Haus und Ausstellung	1
ausgezeichnete Ausstellung	1
Ausstellung war sehr interessant. Cool, dass es so viel Interaktives gibt.	1
Ausstellung besser als letztes Mal	1
Bin voll zufrieden mit dem Angebot	1
Bitte auf Funktionsfähigkeit der Exponate besser achten und bessere Erklärungen zur Funktionsweise, allgemeine Infos reichen nicht aus.	1
coole Ausstellung auch für Jugendliche	1
Danke für die großartige Erfahrung	1
Danke! Super Film!!!	1
Das alte Museum war besser, da manche Ausstellungen durchaus verstörend waren	1
Das ZKM ist bereits großartig, es muss nicht noch besser werden.	1
Das ZKM ist ein Museum, das ich wegen der besonderen Atmosphäre und den vielfältigen Ausstellungen immer wieder gerne besuchen. Weiter so!	1
Die Idee, dass man sich Fotoleporellos selbst zusammenstellen kann, finde ich sehr gut.	1
Die Pflanzen waren cool	1
Eines der besten Museen, die ich kenne! Weiter so!	1
einmal nicht nur als Beteiligte ins ZKM sondern als Besucherin	1
Erklärungen könnten teilweise besser sein	1
Es sollte mehr Angebote wie den Leporellostand geben, um somit auch die Kreativität der Besucher und somit ihr Kunstinteresse zu erwecken/steigern.	1
Es war eine großartige Erfahrung	1
Es wäre schön, wenn es mehrere "Büroecken" geben würde.	1
französische Übersetzung wünschenswert	1
Frau im Shop ist sehr nett	1
Gerne wieder	1
Gemütliche Sitzgelegenheiten, verdammt ansprechende/interessante Ausstellung	1
großartige Ausstellungen	1
gute Ausstellung	1
gute Ausstellung, weil so viele interaktive Dinge	1
hat mir gefallen. Der Vortrag war interessant	1
Hatte nach Führung zu Open Codes gefragt, war dann aber anderes Thema	1
Hervorragende Führung	1
Ich fand die Ausstellung sehr schön	1
Ich liebe es hier.	1
Ich liebe ZKM	1
Ich wohne in der Ecke des ZKM und würde es gerne besuchen aber es schließt zu früh an Freitagen	1
Ihr seid toll	1
Ist super für alle, die mehr davon verstehen, würde sofort alle Jugendlichen im Bekanntenkreis herschi-	1

cken	
jeder Besuch = Horizonterweiterung. Super!	1
Komme immer gerne ins ZKM, wenn es der Alltag und die Zeit erlaubt!	1
Komme von München und komme bestimmt wieder! Es ist ganz wunderbar hier, herzlichen Glückwunsch!	1
Ladekabel mehr	1
leider manche Bildschirme und Kunstwerke nicht in Betrieb, ansonsten tolle Ausstellung	1
Leider wurde das ZKM-Gameplay umgebaut	1
macht mich in Ehrfurcht! Großartige Erfahrung!	1
Manchmal ist mir die Kunst zu schwer verständlich, der Besuch ist deswegen anstrengend	1
Mehr zu Alan Turing oder Donald Knuth bitte!	1
Mir gefällt das Museum, es gibt viele interessante Dinge zu sehen	1
Mit Audio-Guide wäre besser	1
Museumsguide war sehr gut	1
musste eigentlich auf Toilette. PS: eine großartige und tolle Ausstellung	1
schöne Ausstellung, leckere Gastronomie	1
Schöne Ausstellung, manchmal etwas verwirrende bzw. unverständliche Kunst.	1
schöne, interessante Ausstellung	1
sehr abwechslungsreich und nettes Personal	1
Es ist schwierig sich zu orientieren in der Onlineseite des Museums. Zu Fuß nicht erreichbar. Die Becher aus Papier recycled	1
sehr gute Ausstellung, werde sie auf jeden Fall an andere weiterempfehlen	1
sehr interessant	1
sehr interessant, auch wenn ich nicht viel über Technologie weiß	1
Super! Das schönste Museum :) Machte Spaß	1
Super, hat der Besuch gut gefallen :)	1
teilweise schwer verständliche Begleittexte	1
Texte sind zu kompliziert, ich überfliege die Texte nur, deswegen wären besser verständliche Inhalte gut	1
tolle Ausstellung	1
Tolles Konzert. Besonders, dass man verweilen kann	1
tolles Museum, dass überregional sehr angesehen ist und - keine Ahnung warum - in Karlsruhe irgendwie immer im Fokus ist	1
viele Exponate nicht in Betrieb oder funktionsunfähig	1
Vielen Dank!	1
Vielen Dank! Sehr ansprechend und gemütlich mit Äpfeln und freien Getränken.	1
War ne Woche, und es wurde nicht langweilig	1
War nett, Getränke und Aufseher!	1
war sehr informativ	1
Warum gibt es in Gameplay den Straßenbahnsimulator (gab z.B. in den 90ern im ZKM) nicht mehr?	1
weiter so!	1
Wir hätten früher kommen sollen! War super!	1
wir kommen wieder	1
Wir sind immer wieder gerne da	1
Wir sind in Deutschland, bitte die Landessprache! Zuviel Englisch	1
Wir wurden falsch informiert, dass heute eine Führung zu Open Codes stattfinden sollte, stattdessen war es eine Führung im Rahmen des Tags des offenen Denkmals.	1
ziemlich schick	1
ZKM bietet alle Punkte auf bestem Niveau	1
ZKM steht für mich für Vielfalt und Spannung	1
ZKM und viele witzige Spiele und Installationen	1
zu zweit - vor allem mit einem Jugendlichen - macht es noch mehr Spaß	1

Tab. Anh5 42: zusätzliche Einzelanmerkungen der Besucher am Museum für Naturkunde Karlsruhe

Museum für Naturkunde Karlsruhe	
Freier Eintritt/Eintrittspreise:	18
Alles gut. Etwas teuer für alleinerziehende Mütter.	1
Bin hoch zufrieden, Betrag und Leistung stimmen absolut.	1
Danke für den freien Eintritt	1
Danke, für den freien Eintritt. Leider ist die Luft hier drinnen ziemlich schlecht.	1
Eintritt frei für Schulklassen unbedingt	1
Es hat mir persönlich sehr gut gefallen. Ich finde es schön, dass man für einen freien Eintritt so viel geboten bekommt, dass ich heute knapp 2 Stunden mir die Ausstellung anschauen konnte! Liebe Grüße!	1
Freier Eintritt ist echt super!	1
Freier Eintritt nicht gut vermarktet.	1
Hätte es gut gefunden, wenn es an einem Freitag nur einen gemäßigten Eintritt für die Sonderausstellung verlangt wird und nicht den vollen Eintritt.	1
Ich finde es wundervoll und mutig, dass der Eintritt Freitag frei ist.	1
Ich liebe das Nakumu! Bin fast jeden Freitag hier! Liebe die Aquarien, für die Sonderausstellungen bezahle ich immer gerne/ ich besuche jede! Danke!! :)	1
Ich und mein Sohn (3 1/2) finden es immer großartig hier und kommen je nach Wetter immer freitags. Ich würde aber für diese tolle Einrichtung auch eine Jahreskarte kaufen.	1
Keine Ermäßigung für Rentner ein "NO GO". Es würden mehr ältere ins Museum gehen.	1
Super Ausstellung. Werde wiederkommen auch wenn es Eintritt kostet.	1
Ich komme sehr gerne für spontane Besuche freitags vor allem. Heute waren viele Familien da, weswegen ich nach 1,5 Stunden wieder gehe.	1
Toll, dass es die Möglichkeit eines kostenlosen Eintritts gibt	1
Wir haben den Besuch sehr genossen und freuen uns, dass dies auch bei einem sehr geringen Einkommen möglich ist. Vielen Dank dafür!	1
Wir kommen gerne freitags ins Museum, weil die Fische etc. spannend für meine Tochter (1,5 Jahre) sind & weil es umsonst ist & man so auch mal "kurz vorbeischaun" kann.	1
Vivarium/Aquarium:	21
Bin begeistert von dem Vivarium	1
Das große Aquarium war super schön.	1
Das Vivarium ist für Kinder unheimlich schön.	1
Das Vivarium ist sehr toll gestaltet und informativ. Hat mir sehr gut gefallen.	1
Das Vivarium war sehr ansprechend und interessant. Im direkten Vergleich haben sich die ausgestopften Tiere in anderen Ausstellungen als langweilig erwiesen.	1
Der Hai war zu klein	1
Die Aquarien sind die interessantesten Bereiche.	1
Die Fütterungen sind toll	1
Die lebenden Exponate waren die interessantesten!	1
Früheres Vivarium war ansprechender.	1
Hat mir sehr gefallen, besonders die Aquarien und die sanitären Anlagen.	1
Immer wieder schön. Platz 1 fürs Aquarium bei der Kamuna ist berechtigt.	1
Liveshow: Krokodilfütterung.	1
Mehr lebende Ausstellungen	1
Sehr gute Führung heute im Vivarium! Schade ist, dass die Muräne in einem für sie scheinbar so kleinen Aquarium ist und dass so viele Arten aus Wildfängen und nicht Züchtungen stammen.	1
sehr interessant aufgemacht mit lebenden Tieren	1
Sehr schöne Ausstellung, tolles Vivarium.	1
Sehr schöne Terrarien und Aquarien und Tierdarstellungen.	1
Sehr schönes Aquarium. Die Dino-Ausstellung ist/wirkt sehr alt.	1
Vielleicht wäre es besser, könnte man wissen, wann die Tiere ihr Essen bekommen.	1
Vivarium gg. früher ganz neuer Charakter	1

Personal:	3
Sehr angenehmes Personal, Familienfreundlich :)	1
Super Personal bei den Fischen, erklären alles und geben Tipps.	1
War toll, nettes Personal, sehr, sehr entgegenkommend	1
Kritik am Personal:	9
Aufdringliches Personal. Ich kam mir vor, als hätte ich für meinen Besuch im Vivarium Leibwächter.	1
Die ständige Verfolgung durch die Aufsichten und Ermahnungen selbst bei braven Kindern, die nichts anstellen stört extrem! Man fühlt sich ständig kontrolliert, teilweise wird man verfolgt und kommt nicht an die Ausstellungsstücke.	1
Ich finde die Aufsichtspersonen manchmal etwas unentspannt, was kletternde Kinder angeht - da kriegt man z.T. Ärger, obwohl man schon dabei ist, dem Kind zu erklären, dass es das nicht darf, das ist etwas anstrengend...	1
Im Vergleich zu anderen Museen auffällige Reglementierung, ununterbrochenes Hinweisen von den Angestellten auf Verbote! Verhaltenshinweise OHNE dass Fehlverhalten vorliegt. Interaktive Spielangebote/Lernangebote für Kinder kaum nutzbar, da ständig unterbrochen	1
Lächelnde Mitarbeiter wären schöner!	1
Mir ist aufgefallen, dass man vom Personal oft wegen Kleinigkeiten ermahnt wird. Das ist etwas störend.	1
Personal könnte gegenüber Kindern freundlicher sein.	1
Personen mit Kinderwägen den Zutritt ins Behinderten WC erlauben, Babys können schlecht vor der Tür allein gelassen werden!	1
Zugang für Personen mit Kleinkindern ins Behinderten-WC erlauben!!!	1
Sonstiges:	119
Alles prima/super/hat gut gefallen/interessant/toll/vielfältig/kurzweilig/schön/großartig	55
Toller Shop	2
Alles schön sauber und übersichtlich!	1
Berühren mal erlaubt, mal verboten; Draufstehen erlaubt/verboten; Drücken erlaubt/verboten. Das nervt.	1
Bessere Wegweiser	1
Bin kein Fan von Museen, nur dieses hier besuchen wir regelmäßig, auch bevor ich Kinder hatte.	1
Buch zur Sonderausstellung wäre gut!	1
Danke, schöne Ausstellung, auch kindgemäß.	1
Danke, tolles Museum, werden Sie weiterempfehlen. Selbst die Kinder (9, 14, 16) haben lange durchgehalten.	1
DANKE für die Angebote/Möglichkeiten!	1
Die neueren Bereiche sind sehr schön gestaltet! Sehr interaktive Sonderausstellung.	1
Die Sonderausstellung war herausragend!	1
Ein sehr interessantes und liebevoll gestaltetes Museum mit freundlichen Mitarbeiterinnen.	1
Ein sehr schön angelegtes und interessantes Museum. Werden wir weiter empfehlen.	1
Ein tolles Museum! Ich komme immer gerne mit den Kids :)	1
Ein wunderschöner Ort für Kinder jeden Alters, heute unseren Freundes aus HN dieses Museum gezeigt - alle sind begeistert! Danke!	1
Einfach sehr spannend gestaltet. Danke!	1
Einige Teile der Dauerausstellung sollten auf jeden Fall erneuert werden. Ich bin 22 und habe das Gefühl (fast) alles, was ich heute gesehen habe, auch schon vor 18 Jahren gesehen zu haben.	1
Es ist ein wunderbares Museum, ich besuche es schon viele Jahre, seit 1982, damals mit 1 Kind und dann 3 Kindern. Vielen Dank für Alles, ich bin immer noch zufrieden.	1
Es war ein schöner und interessanter Tag im Museum! Wiederholungsbedarf!	1
Es war etwas zu warm. Sonst war alles sehr interessant. Die Beschreibungen der Fische im Vivarium waren mir teilweise etwas zu kurz.	1
Es war sehr schön, aber wo waren die Schlammspringer? :(1
Finde das Museum gut wie es ist	1
Fotos Glanzlichter nächstes Mal bitte größer- sie sind so toll!	1
Für den Spontanbesuch war es sehr interessant.	1
Ganz tolle Ausstellung	1

Ging so	1
I wish you had the English explanations as well. I'm learning German language, but these specific terms of animals.	1
ich fand die Ausstellung Flusspferde etwas klein, habe etwas mehr Flusspferde erwartet.	1
Ich finde den Nordteil interessant.	1
Ich finde es schade, dass sich das Kinderbegleitheft zur "Flusspferde-Ausstellung" wenig auf das bezieht, was man in der Ausstellung selbst sehen/erfahren kann.	1
Ich komme immer wieder gerne ins Naturkundemuseum - es gibt immer interessante und lehrreiche Sonder- und Dauerausstellungen.	1
Ich liebe den Raum mit der Ausstellung zu Dinosauriern! Er ist sehr ansprechend gestaltet! :)	1
ich mag das Museum	1
Ich vermisse die Schlammpringer.	1
Ich war heute nach meinem ersten Besuch sehr angetan von der Dauerausstellung (vor allem den Korallenwelten).	1
Ich würde gerne mehr Sitzgelegenheiten haben.	1
Ich würde mir wünschen, dass jedes ausgestellte Tier bzw. lebende Tier auch auf den entsprechenden Schildern benannt wird.	1
Interessante und sehenswerte Ausstellung für Naturbegeisterte	1
Ist sehr schön, nur für Kinder unter 6 schnell langweilig.	1
Komme wieder.	1
Könnte allgemein etwas interessanter gestaltet werden. Leider eher langweilig - mit wenigen Ausnahmen.	1
Luft ist teilweise schlecht	1
Macht ihr alles super! Fühlen uns immer wohl.	1
Mein Sohn (3 Jahre) kommt sehr gerne ins Museum und wir kommen auch öfters her und finden es toll.	1
Museum ist sehr liebevoll gestaltet. Gerne wieder.	1
Nach längerer Zeit ohne Besuch im Naturkundemuseum bin ich einfach nur begeistert!	1
Räume sind sehr warm. Mehr interaktive Infos gut.	1
Schade, dass Sonderausstellungen extra kosten.	1
Schön, dass es sowas in Karlsruhe gibt	1
Sehr informativ + interessant, gute Rallye	1
Sehr schön gestaltetes Museum mit Liebe zum Detail. Jederzeit wieder.	1
Sehr schön, auch für Kinder, ABER mehr Experimente wären schön.	1
Senckenberg Museum in Frankfurt hat eine größere Ausstellung. Wieso gibt es hier keine über den Menschen?	1
Spitz! Wird immer besser, weiter so!	1
Stabile Tiere	1
Tolles Museum, viel ansprechender als Senckenberg in Frankfurt.	1
Unser Lieblingsmuseum in Karlsruhe	1
Viel zu warm.	1
War länger nicht hier, bin erstaunt wie toll es geworden ist. Bionik-Ausstellung auch toll.	1
War schön und interessant, werde es weiter empfehlen und wieder kommen	1
War sehr schön. Neu gestaltete Bereiche sind super!	1
Wir haben den Besuch sehr genossen. Sauber, ordentlich.	1
Wunderbare Einrichtung! Komme mit älteren Enkeln wieder.	1

Tab. Anh5 43: zusätzliche Einzelanmerkungen der Besucher am TECHNOSEUM Mannheim

TECHNOSEUM Mannheim	
Eintrittspreise:	2
Eintrittspreise für Tag angemessen, aber Kurzticket wäre schön	1
Würde gerne noch länger bleiben, wenn es länger offen wäre; habe Rentnerermäßigung vermisst	1
Personal:	9
Die Technoscouts waren sehr nett und haben gerne "exklusives Wissen" geteilt	1
Führer bei der Weberei war sehr kompetent und freundlich	1
Ich empfand die interaktiven Teile (TECHNOSEUM Scouts) als entgegenkommend und überaus freundlich. Danke für den schönen Tag.	1
Sehr bemühte Mitarbeiter! Freundliche Auskunft überall, Mitarbeiter nahm sich die Mühe einem Vorschulkind + Oma alles freundlichst zu erklären. Danke ihm!	1
Sehr interessante und interaktive Ausstellung. Nette Mitarbeiter.	1
Super, Mitarbeiter sehr nett und hilfsbereit, weiter so	1
sehr nett fand ich die persönliche Erklärung und Vorführung der Getreidemühle!	1
Das Personal ist sehr freundlich und hilfsbereit.	1
Tolles Haus, engagierte Mitarbeiter	1
Kritik zum Personal:	3
Bereitschaft jemandem etwas zu erzählen schwankt seitens des Personals.	1
Herr Eisele sollte in Pension gehen!	1
Technoscout sehr passiv, mehr Initiative Ausstellung zu präsentieren.	1
Orientierung:	7
Ausschilderung des Rundgangs erscheint verbesserungswürdig. An einigen Stellen fehlen Schilder.	1
Bessere Orientierungsmöglichkeiten, Zug verpasst, weil wir uns verlaufen haben, zwischen Fahrstuhl und dem Weg finden zur Lokomotive.	1
Der Übersichtsplan könnte übersichtlicher sein. Bereich in Farben etc.	1
Der Weg zurück zum Foyer ist schlecht erkennbar. Arbeiterkneipe sollte als Kantine besser angekündigt werden. Aber alles in allem ein sehr gutes Museum.	1
Die Rundgangorientierung ist zu starr, da man bei der Fülle des Angebotes auswählen muss.	1
Schlechte Straßenwegweiser	1
schlechter Überblick, Beschilderung. Die Fahrt mit der Lok? Raus + wieder rein?	1
Sonstiges:	96
gefällt gut/toll/interessant/anregend/schön/hat Spaß gemacht/komme wieder	51
Alles hat uns gefallen. Wir wollten noch eine Runde mit dem Boot machen, haben es aber leider nicht geschafft.	1
ansprechend auch für Kinder	1
bei Google steht 5 Euro Eintrittspreis, aber vom Inhalt sehr günstig	1
Besseres Essen! Freundlicheres Personal in der Arbeiterkneipe	1
Bin um 15 Uhr gekommen. Leider hat die Zeit nicht ausgereicht, um das ganze Museum zu sehen.	1
Cool	1
Danke!	1
Danke, dass ich barfuß hier sein durfte. Leider keine Selbstverständlichkeit	1
Die Anzahl an Experimenten gefällt mir besonders.	1
Die Gastronomie könnte ansprechender sein. Die meisten Versuche standen zur Verfügung, was nicht überall so ist.	1
Die Medienausstellung war mir persönlich zu klein und nicht ausreichend.	1
Ein liebevoll gestaltetes Museum für alle Generationen.	1
Es war super. Gefällt auch Erwachsenen.	1
Essen war zu salzig	1
Evtl. mehr Angebote für kleine Kinder. War sonst mehr als begeistert.	1

Experimente sehr verteilt aber dennoch nicht immer passend zur umgebenden Ausstellung. Teilweise unzureichende Versuchsbeschreibung	1
Experimente Top	1
Gefällt uns sehr gut! Viele Anregungen auch für unseren Sohn mit geistiger Behinderung! Spitze!	1
geilstes Museum überhaupt. Weiter so	1
Hat mir wieder sehr gut gefallen. Ich habe immer noch nicht alles gesehen	1
Ich bin ein großer Fan des Museums und werde in jedem Fall wieder kommen	1
Influenzmaschine reparieren (Blitzableiterversuch)	1
interessant, für jedes Alter geeignet	1
IV wieder betriebsfähig aufarbeiten wie schon von 1995 - 2002	1
Kann man einen öffentlichen Bücherschrank im Foyer einrichten?	1
Kindergerechte Menüs in der Mensa	1
Kostenloses Leitungswasser!	1
längere Öffnungszeiten wären wirklich toll!	1
Neue Ausstellung im Keller ist Top	1
Sehr ausführliche Erklärungen.	1
Sehr gelungenes Konzept!	1
Sehr kinderfreundlich - Danke	1
Sehr lehrreich und interessant gestaltet, weiter so!	1
Sehr schön, interessant und für die Kinder einfach Freude. Danke!	1
Sehr schönes Museum mit tollen Experimenten. Vielen Dank!	1
sehr sehr interessant. Nur leider zu wenig Zeit.	1
Subjektiv schlechte Luft.	1
super Sache für Jung und Alt	1
TECHNOSEUM ist immer einen Besuch wert.	1
Toll sind insbesondere die interaktiven Angebote (1-3)	1
Tolles interaktives Museum	1
Unsere Kinder waren begeistert!	1
Virtual Reality + mehr Robotics wäre spannend.	1
War toll hier, komme später gerne mal mit Enkelkindern her.	1
Weiter so, das Museum ist ein Muss in MA, mehr aus der Geschichte der Stadt u. Metropolregion, Sonderausstellungen etc.	1

12. Wie oft im Jahr besuchen Sie allgemein Museen und Ausstellungen?

- max. 1-mal 2- bis 4-mal 5- bis 9-mal 10-mal und öfter

13. Ihr Alter? _____ Jahre

14. Ihr Geschlecht?

- weiblich
 männlich
 anderes

15. Haben Sie Kinder unter 18 Jahren?

- ja
 nein

16. Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?

- Hauptschule/Werkrealschule
 Realschule/Mittlere Reife
 Abitur/(Fach-)Hochschulreife
 Studium/Hochschulabschluss
 sonstiger: _____

17. Ihr Wohnort?

- Stadt Stuttgart
 Umkreis von 20 km/Nahbereich, PLZ _____
 übriges Baden-Württemberg, PLZ _____
 anderes Bundesland, nämlich _____
 Ausland, nämlich _____

18. Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen?

- bis 1.000 Euro 1.000-2.000 Euro 2.000-4.000 Euro
 über 4.000 Euro keine Angabe

19. Datum: _____ **Uhrzeit:** _____

20. Platz für Anmerkungen zu Ihrem Besuch:

**Liebe Besucherin, lieber Besucher,
wir möchten gern etwas mehr über Ihren heutigen Besuch im Landesmuseum
Württemberg erfahren. Ihre Angaben sind selbstverständlich anonym. Vielen Dank!**

1.a) Sind Sie heute zum ersten Mal im Landesmuseum Württemberg?

- ja, zum ersten Mal (bitte weiter mit Frage 2)
 nein, schon 1-mal hier gewesen
 nein, schon 2- bis 4-mal hier gewesen
 nein, schon mehr als 4-mal hier gewesen

1.b) Wann war Ihr letzter Besuch im Landesmuseum Württemberg?

- im Jahr 2018 (während des freien Eintritts)
 vor 2018

2. Wann haben Sie den Entschluss für den heutigen Besuch gefasst?

- spontan vor dem Museum
 am heutigen Tag
 gestern
 diese Woche
 schon länger geplant

3. Sind Sie heute alleine oder in Begleitung gekommen?

- alleine
 mit Partner/in
 mit Kindern/Jugendlichen unter 18 Jahren
 mit erwachsenen Familienangehörigen
 mit Kollegen, Freunden, Bekannten
 mit einer organisierten Gruppe
 mit anderen, nämlich: _____

Bitte aufklappen!

4. Wie lange waren Sie heute ungefähr im Museum?

- bis ½ Stunde
- ½ bis 1 Stunde
- 1 bis 2 Stunden
- 2 bis 3 Stunden
- mehr als 3 Stunden

5. Wie viel haben Sie im Museum ausgegeben, z.B. im Museumsshop oder für Begleitangebote (wie Führungen, Workshops)?

_____ Euro

6. Warum sind Sie heute vor allem hier? (Mehrfachnennungen möglich)

- Museum allgemein kennenlernen/Überblick verschaffen
- am Gebäude vorbeigekommen und wollte spontan Museum kurz ansehen
- Ausstellungen
- einzelne bestimmte Objekte/Inhalte
- freier Eintritt
- Führung/Veranstaltung
- will Begleitung/Gästen das Museum zeigen
- begleite jemanden/wurde eingeladen
- sonstiges: _____

7. Hätten Sie heute sowieso freien Eintritt gehabt, auch ohne das freie Eintrittsangebot (z.B. durch Museumspass, Fördergesellschaft, StuttCard)?

- ja, nämlich: _____
- nein

8. War Ihnen der freie Eintritt in das Landesmuseum schon vor dem heutigen Besuch bekannt?

- ja
- nein (bitte weiter mit Frage 11)

9. Falls ja, woher wussten Sie vom freien Eintritt? (Mehrfachnennungen möglich)

- Newsletter
- Internet/soziale Medien
- Außenwerbung am Museum
- Plakate/Flyer
- Presse/Radio/TV
- Tipps/Hinweise von Bekannten/Verwandten
- eigene frühere Besuche
- sonstiges: _____

10. Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte (Schausammlung regulär 5,50 €, ermäßigt 4,50 €, Kinder bis 12 Jahre frei)?

- auf jeden Fall
- eher ja
- unentschieden
- eher nein
- auf keinen Fall

11. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? (Machen Sie zu jeder Aussage ein Kreuz. Für Sie unzutreffende Aussagen überspringen.)

Ich würde (noch) häufiger ins Landesmuseum gehen, wenn...

	auf jeden Fall			auf keinen Fall
es eine ansprechende Gastronomie gäbe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
es mehr Aufenthaltsorte gäbe (z.B. Lounge, Sitze, freies WLAN)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausstellungen/Sonderausstellungen (noch) interessanter wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Öffnungszeiten abends länger wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Begleitangebote ansprechender wären (z.B. Führungen, Kinderangebote, Audioguide, Workshops)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich mehr Zeit hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich die passende Begleitung hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mehr Begleitangebote kostenfrei wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der Eintritt für alle immer frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der Weg ins Museum kürzer wäre/es besser erreichbar wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der öffentliche Nahverkehr zum Museum günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstiges: _____				

Bitte umblättern!

13. Wie oft im Jahr besuchen Sie allgemein Museen und Ausstellungen?

- max. 1-mal 2- bis 4-mal 5- bis 9-mal 10-mal und öfter

14. Ihr Alter? _____ Jahre

15. Ihr Geschlecht?

- weiblich
 männlich
 anderes

16. Haben Sie Kinder unter 18 Jahren?

- ja
 nein

17. Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?

- Hauptschule/Werkrealschule
 Realschule/Mittlere Reife
 Abitur/(Fach-)Hochschulreife
 Studium/Hochschulabschluss
 sonstiger: _____

18. Ihr Wohnort?

- Stadt Stuttgart
 Umkreis von 20 km/Nahbereich, PLZ _____
 übriges Baden-Württemberg, PLZ _____
 anderes Bundesland, nämlich _____
 Ausland, nämlich _____

19. Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen?

- bis 1.000 Euro 1.000-2.000 Euro 2.000-4.000 Euro
 über 4.000 Euro keine Angabe

20. Datum: _____ Uhrzeit: _____

21. Platz für Anmerkungen zu Ihrem Besuch:



**Liebe Besucherin, lieber Besucher,
wir möchten gern etwas mehr über Ihren heutigen Besuch in der
Staatsgalerie Stuttgart erfahren.**

Ihre Angaben sind selbstverständlich anonym. Vielen Dank!

1. Sind Sie heute zum ersten Mal in der Staatsgalerie Stuttgart?

- ja, zum ersten Mal
 nein, schon 1-mal hier gewesen
 nein, schon 2- bis 4-mal hier gewesen
 nein, schon mehr als 4-mal hier gewesen

2. Wann haben Sie den Entschluss für den heutigen Besuch gefasst?

- spontan vor dem Museum
 am heutigen Tag
 gestern
 diese Woche
 schon länger geplant

3. Sind Sie heute alleine oder in Begleitung gekommen?

- alleine
 mit Partner/in
 mit Kindern/Jugendlichen unter 18 Jahren
 mit erwachsenen Familienangehörigen
 mit Kollegen, Freunden, Bekannten
 mit einer organisierten Gruppe
 mit anderen, nämlich: _____

4. Wie lange waren Sie heute ungefähr im Museum?

- bis ½ Stunde
 ½ bis 1 Stunde
 1 bis 2 Stunden
 2 bis 3 Stunden
 mehr als 3 Stunden

Bitte aufklappen!

5. Welches Eintrittsticket haben Sie heute genutzt?

- 1 Sonderausstellung „Kirchner“ regulär
- 2 Sonderausstellung „Kirchner“ ermäßigt, nämlich: _____
- 3 freier Eintritt, weil: _____
- 4 sonstiges Ticket: _____

6. Wie viel haben Sie (zusätzlich zum Eintritt) im Museum ausgegeben, z.B. in Shop, Café oder für Begleitangebote (wie Führungen, Audioguides)?

_____ Euro

7. Welche Ausstellung haben Sie heute besichtigt? (Mehrfachnennungen möglich)

- 1 Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“
- 2 Sammlung
- 3 Sonderausstellung „Kirchner“
- 4 andere Sonderausstellung: _____
- 5 sonstige: _____

8. Warum sind Sie heute vor allem hier? (Mehrfachnennungen möglich)

- 1 Museum allgemein kennenlernen/Überblick verschaffen
- 2 am Gebäude vorbeigekommen und wollte spontan Museum kurz ansehen
- 3 Jubiläumsausstellung „#meinMuseum“
- 4 Sammlung
- 5 Sonderausstellung „Kirchner“
- 6 einzelne bestimmte Kunstwerke/Inhalte
- 7 freier Eintritt
- 8 Führung/Veranstaltung
- 9 will Begleitung/Gästen das Museum zeigen
- 10 begleite jemanden/wurde eingeladen
- 11 sonstiges: _____

9. War Ihnen der freie Eintritt in die Jubiläumsausstellung schon vor Besuch bekannt?

- 1 ja
- 2 nein (bitte weiter mit Frage 12)

10. Falls ja, woher wussten Sie vom freien Eintritt? (Mehrfachnennungen möglich)

- 1 Internet/soziale Medien
- 2 Außenwerbung am Museum
- 3 Plakate/Flyer
- 4 Presse/Radio/TV
- 5 Tipps/Hinweise von Bekannten/Verwandten
- 6 eigene frühere Besuche
- 7 sonstiges: _____

11. Wären Sie auch gekommen, wenn der Besuch Eintritt gekostet hätte (Sammlung regulär 7 €, ermäßigt 5 €)?

- 1 auf jeden Fall 2 eher ja 3 unentschieden 4 eher nein 5 auf keinen Fall

12. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? (Machen Sie zu jeder Aussage ein Kreuz. Für Sie unzutreffende Aussagen überspringen.)

Ich würde (noch) häufiger in die Staatsgalerie gehen, wenn...

	auf jeden Fall			auf keinen Fall
_ die Gastronomie ansprechender wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ es mehr Aufenthaltsorte gäbe (z.B. Lounge, Sitze, freies WLAN)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ die Ausstellungen (noch) interessanter wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ die Öffnungszeiten abends länger wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ die Begleitangebote ansprechender wären (z.B. Führungen, Kinderangebote, Audioguide, Workshops)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ ich mehr Zeit hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ ich die passende Begleitung hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ mehr Begleitangebote kostenfrei wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ der Museumseintritt günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ der Eintritt für Kinder/Jugendliche bis 20 J. immer frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ der Eintritt für alle immer frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ der Weg ins Museum kürzer wäre/es besser erreichbar wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ der öffentliche Nahverkehr zum Museum günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ sonstiges: _____				

Bitte umblättern!

13. Wie oft im Jahr besuchen Sie allgemein Museen und Ausstellungen?

- max. 1-mal 2- bis 4-mal 5- bis 9-mal 10-mal und öfter

14. Ihr Alter? _____ Jahre

15. Ihr Geschlecht?

- weiblich
 männlich
 anderes

16. Haben Sie Kinder unter 18 Jahren?

- ja
 nein

17. Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?

- Hauptschule/Werkrealschule
 Realschule/Mittlere Reife
 Abitur/(Fach-)Hochschulreife
 Studium/Hochschulabschluss
 sonstiger: _____

18. Ihr Wohnort?

- Stadt Stuttgart
 Umkreis von 20 km/Nahbereich, PLZ _____
 übriges Baden-Württemberg, PLZ _____
 anderes Bundesland, nämlich _____
 Ausland, nämlich _____

19. Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen?

- bis 1.000 Euro 1.000-2.000 Euro 2.000-4.000 Euro
 über 4.000 Euro keine Angabe

20. Datum: _____ Uhrzeit: _____

21. Platz für Anmerkungen zu Ihrem Besuch:



Liebe Besucherin, lieber Besucher,
wir möchten gern etwas mehr über Ihren heutigen Besuch in der
Staatsgalerie Stuttgart erfahren.

Ihre Angaben sind selbstverständlich anonym. Vielen Dank!

1. Sind Sie heute zum ersten Mal in der Staatsgalerie Stuttgart?

- ja, zum ersten Mal
 nein, schon 1-mal hier gewesen
 nein, schon 2- bis 4-mal hier gewesen
 nein, schon mehr als 4-mal hier gewesen

2. Wann haben Sie den Entschluss für den heutigen Besuch gefasst?

- spontan vor dem Museum
 am heutigen Tag
 gestern
 diese Woche
 schon länger geplant

3. Sind Sie heute alleine oder in Begleitung gekommen?

- alleine
 mit Partner/in
 mit Kindern/Jugendlichen unter 18 Jahren
 mit erwachsenen Familienangehörigen
 mit Kollegen, Freunden, Bekannten
 mit einer organisierten Gruppe
 mit anderen, nämlich: _____

4. Wie lange waren Sie heute ungefähr im Museum?

- bis ½ Stunde
 ½ bis 1 Stunde
 1 bis 2 Stunden
 2 bis 3 Stunden
 mehr als 3 Stunden

Bitte aufklappen!

5. Welches Eintrittsticket haben Sie heute genutzt?

- 1 Eintritt regulär
- 2 Ermäßigt, nämlich: _____
- 3 freier Eintritt, weil: _____
- 4 sonstiges Ticket: _____

6. Wie viel haben Sie (zusätzlich zum Eintritt) im Museum ausgegeben, z.B. in Shop, Café oder für Begleitangebote (wie Führungen, Audioguides)?

_____ Euro

7. Welche Ausstellung haben Sie heute besichtigt? (Mehrfachnennungen möglich)

- 1 Sammlung
- 2 Sonderausstellung „Kirchner“
- 3 andere Sonderausstellung: _____
- 4 sonstige: _____

8. Warum sind Sie heute vor allem hier? (Mehrfachnennungen möglich)

- 1 Museum allgemein kennenlernen/Überblick verschaffen
- 2 am Gebäude vorbeigekommen und wollte spontan Museum kurz ansehen
- 3 Sammlung
- 4 Sonderausstellung „Kirchner“
- 5 einzelne bestimmte Kunstwerke/Inhalte
- 6 freier Eintritt (mittwochs/bis 20 Jahre/in Ausbildung)
- 7 Führung/Veranstaltung
- 8 will Begleitung/Gästen das Museum zeigen
- 9 begleite jemanden/wurde eingeladen
- 10 sonstiges: _____

9. War Ihnen bekannt, dass es mittwochs freien Eintritt in die Sammlung gibt?

- 1 ja
- 2 nein (bitte weiter mit Frage 12)

10. Falls ja, woher wussten Sie vom freien Eintritt? (Mehrfachnennungen möglich)

- 1 Internet/soziale Medien
- 2 Außenwerbung am Museum
- 3 Plakate/Flyer
- 4 Presse/Radio/TV
- 5 Tipps/Hinweise von Bekannten/Verwandten
- 6 eigene frühere Besuche
- 7 sonstiges: _____

11. Falls Sie an einem eintrittsfreien Mittwoch da sind: Wären Sie auch gekommen, wenn es Eintritt gekostet hätte (Sammlung regulär 7 €, ermäßigt 5 €)?

- 1 auf jeden Fall
- 2 eher ja
- 3 unentschieden
- 4 eher nein
- 5 auf keinen Fall

12. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? (Machen Sie zu jeder Aussage ein Kreuz. Für Sie unzutreffende Aussagen überspringen.)

Ich würde (noch) häufiger in die Staatsgalerie gehen, wenn...

	auf jeden Fall			auf keinen Fall
_die Gastronomie ansprechender wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_es mehr Aufenthaltsorte gäbe (z.B. Lounge, Sitze, freies WLAN)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_die Ausstellungen (noch) interessanter wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_die Öffnungszeiten abends länger wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_die Begleitangebote ansprechender wären (z.B. Führungen, Kinderangebote, Audioguide, Workshops)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ich mehr Zeit hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_ich die passende Begleitung hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_mehr Begleitangebote kostenfrei wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_der Museumseintritt günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_der Eintritt für Kinder/Jugendliche bis 20 J. immer frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_der Eintritt für alle immer frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_der Weg ins Museum kürzer wäre/es besser erreichbar wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_der öffentliche Nahverkehr zum Museum günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_sonstiges: _____				

Bitte umblättern!

13. Wie oft im Jahr besuchen Sie allgemein Museen und Ausstellungen?

- max. 1-mal 2- bis 4-mal 5- bis 9-mal 10-mal und öfter

14. Ihr Alter? _____ Jahre

15. Ihr Geschlecht?

- weiblich
 männlich
 anderes

16. Haben Sie Kinder unter 18 Jahren?

- ja
 nein

17. Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?

- Hauptschule/Werkrealschule
 Realschule/Mittlere Reife
 Abitur/(Fach-)Hochschulreife
 Studium/Hochschulabschluss
 sonstiger: _____

18. Ihr Wohnort?

- Stadt Karlsruhe
 Umkreis von 20 km/Nahbereich, PLZ _____
 übriges Baden-Württemberg, PLZ _____
 anderes Bundesland, nämlich _____
 Ausland, nämlich _____

19. Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen?

- bis 1.000 Euro 1.000-2.000 Euro 2.000-4.000 Euro
 über 4.000 Euro keine Angabe

20. Datum: _____ Uhrzeit: _____

21. Platz für Anmerkungen zu Ihrem Besuch:



**Liebe Besucherin, lieber Besucher,
wir möchten gern etwas mehr über Ihren heutigen Besuch im ZKM | Zentrum
für Kunst und Medien Karlsruhe erfahren.
Ihre Angaben sind selbstverständlich anonym. Vielen Dank!**

1. Sind Sie heute zum ersten Mal im ZKM | Zentrum für Kunst und Medien?

- ja, zum ersten Mal
 nein, schon 1-mal hier gewesen
 nein, schon 2- bis 4-mal hier gewesen
 nein, schon mehr als 4-mal hier gewesen

2. Wann haben Sie den Entschluss für den heutigen Besuch gefasst?

- spontan vor dem Museum
 am heutigen Tag
 gestern
 diese Woche
 schon länger geplant

3. Sind Sie heute alleine oder in Begleitung gekommen?

- alleine
 mit Partner/in
 mit Kindern/Jugendlichen unter 18 Jahren
 mit erwachsenen Familienangehörigen
 mit Kollegen, Freunden, Bekannten
 mit einer organisierten Gruppe
 mit anderen, nämlich: _____

4. Wie lange waren Sie heute ungefähr im Museum?

- bis ½ Stunde
 ½ bis 1 Stunde
 1 bis 2 Stunden
 2 bis 3 Stunden
 mehr als 3 Stunden

Bitte aufklappen!

5. Welches Eintrittsticket haben Sie heute genutzt?

- Erwachsene regulär
- Ermäßigt, nämlich: _____
- Familienkarte
- freier Eintritt, weil: _____
- sonstiges Ticket: _____

6. Wie viel haben Sie (zusätzlich zum Eintritt) hier ausgegeben, z.B. in Shop, Café oder für Begleitangebote (wie Führungen, Workshops)?

_____ Euro

7.a) Welche Ausstellung haben Sie heute besichtigt? (Mehrfachnennungen möglich)

- „Open Codes“ (Lichthof 8+9)
- „Kunst in Bewegung“ (Lichthof 1+2)
- andere Ausstellung: _____
- sonstige: _____

7.b) Falls „Open Codes“-Besucher: Besuchen Sie „Open Codes“ heute zum 1. Mal?

- ja, „Open Codes“ zum 1. Mal
- nein, bereits besucht

8. Warum sind Sie heute vor allem hier? (Mehrfachnennungen möglich)

- Museum allgemein kennenlernen/Überblick verschaffen
- am Gebäude vorbeigekommen und wollte spontan Museum kurz ansehen
- Ausstellung „Open Codes“
- andere Ausstellung, nämlich: _____
- einzelne bestimmte Kunstwerke/Inhalte
- freier Eintritt
- Führung/Veranstaltung
- Arbeitsplatz nutzen
- will Begleitung/Gästen das Museum zeigen
- begleite jemanden/wurde eingeladen
- sonstiges: _____

9. War Ihnen der freie Eintritt in „Open Codes“ schon vor dem Besuch bekannt?

- ja
- nein (bitte weiter mit Frage 12)

10. Falls ja, woher wussten Sie vom freien Eintritt? (Mehrfachnennungen möglich)

- Internet/soziale Medien
- Außenwerbung am Museum
- Plakate/Flyer
- Presse/Radio/TV
- Tipps/Hinweise von Bekannten/Verwandten
- eigene frühere Besuche
- sonstiges: _____

11. Falls „Open Codes“ besucht: Wären Sie auch gekommen, wenn es Eintritt gekostet hätte (regulär 6 €, ermäßigt 4 €)?

- auf jeden Fall eher ja unentschieden eher nein auf keinen Fall

12. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? (Machen Sie zu jeder Aussage ein Kreuz. Für Sie unzutreffende Aussagen überspringen.)

Ich würde (noch) häufiger ins ZKM gehen, wenn...

	auf jeden Fall			auf keinen Fall
die Gastronomie ansprechender wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
es mehr Aufenthaltsorte gäbe (z.B. Lounge, Sitze)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Ausstellungen (noch) interessanter wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Öffnungszeiten abends länger wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Begleitangebote ansprechender wären (z.B. Führungen, Kinderangebote, Audioguide, Workshops)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich mehr Zeit hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich die passende Begleitung hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mehr Begleitangebote kostenfrei wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der Museumseintritt günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der Eintritt für Kinder/Jugendliche bis 18 Jahre immer frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der Eintritt für alle immer frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der Weg ins Museum kürzer wäre/es besser erreichbar wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der öffentliche Nahverkehr zum Museum günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstiges: _____				

Bitte umblättern!

13. Wie oft im Jahr besuchen Sie allgemein Museen und Ausstellungen?

- max. 1-mal 2- bis 4-mal 5- bis 9-mal 10-mal und öfter

14. Ihr Alter? _____ Jahre

15. Ihr Geschlecht?

- weiblich
 männlich
 anderes

16. Haben Sie Kinder unter 18 Jahren?

- ja
 nein

17. Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?

- Hauptschule/Werkrealschule
 Realschule/Mittlere Reife
 Abitur/(Fach-)Hochschulreife
 Studium/Hochschulabschluss
 sonstiger: _____

18. Ihr Wohnort?

- Stadt Karlsruhe
 Umkreis von 20 km/Nahbereich, PLZ _____
 übriges Baden-Württemberg, PLZ _____
 anderes Bundesland, nämlich _____
 Ausland, nämlich _____

19. Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen?

- bis 1.000 Euro 1.000-2.000 Euro 2.000-4.000 Euro
 über 4.000 Euro keine Angabe

20. Datum: _____ Uhrzeit: _____

21. Platz für Anmerkungen zu Ihrem Besuch:



Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT, FORSCHUNG UND KUNST

Untersuchung im Auftrag
des Ministeriums für
Wissenschaft, Forschung
und Kunst Baden-Württemberg

**Liebe Besucherin, lieber Besucher,
wir möchten gern etwas mehr über Ihren heutigen Besuch im Naturkundemuseum
Karlsruhe erfahren. Ihre Angaben sind selbstverständlich anonym. Vielen Dank!**

1. Sind Sie heute zum ersten Mal im Naturkundemuseum Karlsruhe?

- ja, zum ersten Mal
 nein, schon 1-mal hier gewesen
 nein, schon 2- bis 4-mal hier gewesen
 nein, schon mehr als 4-mal hier gewesen

2. Wann haben Sie den Entschluss für den heutigen Besuch gefasst?

- spontan vor dem Museum
 am heutigen Tag
 gestern
 diese Woche
 schon länger geplant

3. Sind Sie heute alleine oder in Begleitung gekommen?

- alleine
 mit Partner/in
 mit Kindern/Jugendlichen unter 18 Jahren
 mit erwachsenen Familienangehörigen
 mit Kollegen, Freunden, Bekannten
 mit einer organisierten Gruppe
 mit anderen, nämlich: _____

4. Wie lange waren Sie heute ungefähr im Museum?

- bis ½ Stunde
 ½ bis 1 Stunde
 1 bis 2 Stunden
 2 bis 3 Stunden
 mehr als 3 Stunden

Bitte aufklappen!

5. Welches Eintrittsticket haben Sie heute genutzt?

- Erwachsene regulär
- Ermäßigt, nämlich: _____
- Schule im Klassenverband
- Familienkarte
- Jahreskarte
- freier Eintritt, weil: _____
- sonstiges Ticket: _____

6. Wie viel haben Sie (zusätzlich zum Eintritt) im Museum ausgegeben, z.B. in Shop/Cafeteria oder für Begleitangebote (wie Führungen, Workshops)?

_____ Euro

7. Welche Ausstellung haben Sie heute besichtigt? (Mehrfachnennungen möglich)

- Vivarium
- Dauerausstellungen
- Große Landesausstellung „Flusspferde am Oberrhein“
- andere Sonderausstellung: _____
- sonstige: _____

8. Warum sind Sie heute vor allem hier? (Mehrfachnennungen möglich)

- Museum allgemein kennenlernen/Überblick verschaffen
- am Gebäude vorbeigekommen und wollte spontan Museum kurz ansehen
- Vivarium
- Dauerausstellungen
- Große Landesausstellung „Flusspferde am Oberrhein“
- einzelne bestimmte Objekte/Inhalte
- freier Eintritt (am Freitagnachmittag)
- Führung/Veranstaltung
- will Begleitung/Gästen das Museum zeigen
- begleite jemanden/wurde eingeladen
- sonstiges: _____

9. War Ihnen bekannt, dass es freitags freien Eintritt in die Dauerausstellung gibt?

- ja
- nein (bitte weiter mit Frage 12)

10. Falls ja, woher wussten Sie vom freien Eintritt? (Mehrfachnennungen möglich)

- Internet/soziale Medien
- Außenwerbung am Museum
- Plakate/Flyer
- Presse/Radio/TV
- Tipps/Hinweise von Bekannten/Verwandten
- eigene frühere Besuche
- sonstiges: _____

11. Falls Sie an einem eintrittsfreien Freitag da sind: Wären Sie auch gekommen, wenn es Eintritt gekostet hätte (regulär 5 €, ermäßigt 3 €)?

- auf jeden Fall
- eher ja
- unentschieden
- eher nein
- auf keinen Fall

12. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? (Machen Sie zu jeder Aussage ein Kreuz. Für Sie unzutreffende Aussagen überspringen.)

Ich würde (noch) häufiger ins Naturkundemuseum gehen, wenn...

	auf jeden Fall			auf keinen Fall
die Gastronomie ansprechender wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
es mehr Aufenthaltsorte gäbe (z.B. Lounge, Sitze)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Dauer-/Sonderausstellungen (noch) interessanter wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Öffnungszeiten abends länger wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Begleitangebote ansprechender wären (z.B. Führungen, Kinderangebote, Audioguide, Workshops)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich mehr Zeit hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich die passende Begleitung hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mehr Begleitangebote kostenfrei wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der Museumseintritt günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der Eintritt für Kinder/Jugendliche bis 18 Jahre frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der Eintritt für alle immer frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der Weg ins Museum kürzer wäre/es besser erreichbar wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
der öffentliche Nahverkehr zum Museum günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstiges: _____				

Bitte umblättern!

11. Ihr Alter? _____ Jahre

12. Ihr Geschlecht?

- weiblich
- männlich
- anderes

13. Haben Sie Kinder unter 18 Jahren?

- ja
- nein

14. Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?

- Hauptschule/Werkrealschule
- Realschule/Mittlere Reife
- Abitur/(Fach-)Hochschulreife
- Studium/Hochschulabschluss
- sonstiger: _____

15. Ihr Wohnort?

- Stadt Mannheim
- Umkreis von 20 km/Nahbereich, PLZ _____
- übriges Baden-Württemberg, PLZ _____
- übriges Rheinland-Pfalz, PLZ _____
- übriges Hessen, PLZ _____
- anderes Bundesland, nämlich _____
- Ausland, nämlich _____

16. Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen?

- bis 1.000 Euro
- 1.000-2.000 Euro
- 2.000-4.000 Euro
- über 4.000 Euro
- keine Angabe

17. Datum: _____ Uhrzeit: _____

18. Platz für Anmerkungen zu Ihrem Besuch:

Untersuchung im Auftrag des
Ministeriums für Wissenschaft,
Forschung und Kunst
Baden-Württemberg



**Liebe Besucherin, lieber Besucher,
wir möchten gern etwas mehr über Ihren heutigen Besuch im TECHNOSEUM
Mannheim erfahren. Ihre Angaben sind selbstverständlich anonym. Vielen Dank!**

1. Sind Sie heute zum ersten Mal im TECHNOSEUM Mannheim?

- ja, zum ersten Mal
- nein, schon 1-mal hier gewesen
- nein, schon 2- bis 4-mal hier gewesen
- nein, schon mehr als 4-mal hier gewesen

2. Wann haben Sie den Entschluss für den heutigen Besuch gefasst?

- spontan vor dem Museum
- am heutigen Tag
- gestern
- diese Woche
- schon länger geplant

3. Sind Sie heute alleine oder in Begleitung gekommen?

- alleine
- mit Partner/in
- mit Kindern/Jugendlichen unter 18 Jahren
- mit erwachsenen Familienangehörigen
- mit Kollegen, Freunden, Bekannten
- mit einer organisierten Gruppe
- mit anderen, nämlich: _____

4. Wie lange waren Sie heute ungefähr im Museum?

- bis ½ Stunde
- ½ bis 1 Stunde
- 1 bis 2 Stunden
- 2 bis 3 Stunden
- mehr als 3 Stunden

Bitte aufklappen!

5. Welches Eintrittsticket haben Sie heute genutzt? (Mehrfachnennungen möglich)

- Erwachsene
- Ermäßigt, nämlich: _____
- Schule im Klassenverband
- gebuchtes Gruppenangebot
- Familienkarte
- Mitgliedschaft im Freundeskreis
- freier Eintritt, weil: _____
- sonstiges Ticket: _____

6. Wie beurteilen Sie die Eintrittspreise?

- angemessen
- eher teuer
- eher günstig

7. Wie viel haben Sie zusätzlich zum Eintritt im Museum ausgegeben, z.B. im Shop oder in der Arbeiterkneipe?

_____ Euro

8. Warum sind Sie heute vor allem hier? (Mehrfachnennungen möglich)

- Museum allgemein kennenlernen/Überblick verschaffen
- am Gebäude vorbeigekommen und wollte spontan Museum kurz ansehen
- interaktive Elementa
- gesamte Dauerausstellung
- einzelne bestimmte Objekte/Inhalte
- Führung/Veranstaltung/Vorführung
- will Begleitung/Gästen das Museum zeigen
- begleite jemanden/wurde eingeladen
- sonstiges: _____

9. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? (Bitte machen Sie zu jeder Aussage ein Kreuz. Für Sie unzutreffende Aussagen überspringen.)

Beispiel: auf jeden Fall eher ja unentschieden eher nein auf keinen Fall

	auf jeden Fall			auf keinen Fall
Ich würde (noch) häufiger ins TECHNOSEUM gehen, wenn...				
__die Gastronomie ansprechender wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__es mehr Aufenthaltsorte gäbe (z.B. Lounge, Sitze)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__die Ausstellungen (noch) interessanter wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__die Öffnungszeiten abends länger wären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__die Begleitangebote ansprechender wären (z.B. Führungen, Kinderangebote, Audioguide, Workshops)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__ich mehr Zeit hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__ich die passende Begleitung hätte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__der Museumseintritt günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__der Eintritt für Kinder/Jugendliche bis 18 Jahre frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__der Eintritt für alle immer frei wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__der Weg ins Museum kürzer wäre/es besser erreichbar wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
__der öffentliche Nahverkehr zum Museum günstiger wäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

__sonstiges: _____

10. Wie oft im Jahr besuchen Sie allgemein Museen und Ausstellungen?

- max. 1-mal
- 2- bis 4-mal
- 5- bis 9-mal
- 10-mal und öfter

Bitte umblättern!