

Fragenkatalog zur Vorbereitung einer Besucherstudie mit externer Beratung durch die AfeB

Die AfeB bietet Museen und Ausstellungseinrichtungen die Möglichkeit, mit flankierender Beratung und speziellen Serviceleistungen Besucherstudien selbst durchzuführen. Falls gewünscht, können dabei auch bestimmte, vorab vereinbarte Arbeitsschritte ganz durch die AfeB extern übernommen werden. Um Ihnen für dieses Modell ein möglichst „maßgeschneidertes“ Angebot machen zu können, benötigen wir folgende Angaben:

- Gibt es einen **konkreten Anlass**, in Ihrem Museum/ Ihrer Einrichtung eine Besuchererhebung durchzuführen (konkretes Problem oder Veränderungen im Museumskonzept bzw. im Öffentlichkeitskonzept des Museums) oder liegt mehr ein allgemeines Interesse vor?
- Gibt es bestimmte **Neuerungen/ Veränderungen** (z.B. Neueröffnung von Museumsabteilungen/ neues Ausstellungs- oder Marketingkonzept etc.), deren Resonanz beim Publikum erhoben werden sollen? Wenn ja: Welche sind das? Oder geht es mehr um das Museum als Ganzes?
- Zielt Ihr Interesse an einer Besucherbefragung mehr auf das **Gesamtpublikum** oder geht es um **bestimmte Publikumsgruppen** (z.B. Stammpublikum/ touristische Besucher/ bestimmte Altersgruppen/ Schulklassen/Nicht-Besucher etc.), die näher analysiert werden sollen?
- Gibt es bestimmte **Schwachstellen**, mit denen sich die Erhebung befassen soll (Defizite in der Besucherzusammensetzung/ zu geringe Nutzung des Museums und der Serviceangebote/ mangelnde Akzeptanz bestimmter Ausstellungsteile/ unklares oder unzeitgemäßes Image des Museums etc.).
- Geht es mehr um den **Kernbereich** der Museumsarbeit (Besuch/Ausstellungen/ Museumspädagogik) oder um die **Serviceangebote** (Shop, Cafeteria, Marketing- und Werbekonzept, auch: Akzeptanz von Eintrittspreisen bzw. möglicher Eintrittspreiserhöhungen)?
- Geht es eher um eine Erhebung von **Besucherstrukturen** (= Beantwortung der Frage: Wer ist unser Publikum?) oder eine **Evaluation des Museums** bzw. der Einrichtung (etwa: Beantwortung der Frage: Wie reagiert das Publikum auf unsere Angebote?). Das heißt: Soll die geplante Erhebung v.a. die Besucherstrukturen klären oder auch bestimmte evaluative Aufgaben übernehmen?

Angaben zum Museum:

- Wie groß war die **Besuchszahl** des Museums im letzten Jahr (= Besuchszahlenmeldung an das IfM)?

- Gab es bzw. gibt es bei den Besuchszahlen spürbare **Veränderungen** (Abnahmen/ Zunahmen)?
- Wenn solche Veränderungen vorliegen: Haben Sie bestimmte **Annahmen** über die Ursachen?
- Sind die Besuchszahlen **saisonal unterschiedlich** (im Jahresverlauf/ im Monatsverlauf/ in der Woche/ Wochenende/Werktag)?
- Wie differenziert ist die **Besuchszahlenstatistik des Museums** (nur Gesamtzahlen oder auch Statistik der unterschiedlichen Besuchsfälle)? Welche Daten liegen vor bzw. könnten relativ leicht erschlossen werden (= Sekundärerhebungen sind stets günstiger als Primärbefragungen des Publikums..!)?
- Liegen bereits Ergebnisse von **anderen Besucherbefragungen** vor?
Wenn ja: Wann wurden diese von wem erhoben? Wo zugänglich? Gab es dabei bestimmte Defizite, war das Museum mit den Ergebnissen unzufrieden, aus welchem Grund?
- Gibt es im Museum bestimmte „**Highlights**“ (oder andere spezielle Vorzüge), wegen denen das Museum vorrangig vom breiten Publikum aufgesucht wird?

Zur praktischen **Durchführung der Erhebung** selbst:

- Kann eine konkrete Person als **Ansprechpartner** für die Erhebung im Team des Museums benannt werden? Hat diese Person bereits Erfahrungen mit Besucherbefragungen oder Befragungen generell?
- Gibt es im/ nahe am Museumsort eine Universität/ Fachhochschule, bei der **studentische Hilfskräfte** für eine Befragung gewonnen werden könnten?
- Gibt es andere Personen (Praktikanten/ freie Mitarbeiter/ Ehrenamtliche/ Volontäre u.a.m.), die für die Übernahme von Erhebungsaufgaben gewonnen werden könnten?
- Gibt es Möglichkeiten, die **Infrastruktur des Museums** für die Erhebung zu nutzen (Fotokopierer zur Erstellung größerer Auflagen von Fragebögen, Raum für Befragungen/ Befragungsteam, für einige Wochen verfügbare Computer für Bildschirminterviews, Übernahme von Porto- und Versandkosten bei evtl. schriftlichen Erhebungen per Post).
- Gibt es bereits konkrete Vorstellungen, **wann** die Befragung laufen soll (Erhebungszeitraum)?

Kontakt:

*AfeB Heidelberg, Dr. Ulrich Paatsch, Friedrichstr. 10, D69117 Heidelberg
Tel/ Fax.: 0049/0/6221/168281 eMail: kontakt@arbeitsgruppe-heidelberg.de
Website: www.arbeitsgruppe-heidelberg.de*