

**Besucherbefragungen in den sieben Mitgliedsmuseen
der Arbeitsgemeinschaft der Freilichtmuseen in Baden-Württemberg**

(September 2009 bis August 2010)



Zusammenfassender Ergebnisbericht

Autor: Dr. Ulrich Paatsch
Heidelberg, 1.5.2011

Inhalt

Einleitung

1. Zur Erhebung

- Erhebungsansatz 4
- Erhebungsmethode 5
- Erhebungszeitraum und beteiligte Museen 7
- Stichprobe 10

2. Besucherstrukturen

- Alter, Status und Geschlecht 12
- Bildungsabschlüsse 16
- Nutzung anderer Museen 18
- Herkunft 19

3. Zum Museumsbesuch

- Art und Dauer der Anfahrt 21
- Erstbesucher und Stammpublikum 22
- Aufenthaltsdauer 25
- Mit wem wird das Museum besucht? 27
- Touristischer Hintergrund 28
- Besuch anderer Freilichtmuseen 29

4. Anlässe und Motive für den Museumsbesuch

- Wirksamkeit von Ansprachemedien 32
- Andere Besuchsründe 35
- Veranstaltungen oder das Museum insgesamt? 36
- Was wird erwartet? 38

5. Bewertung des Besuchs im Freilichtmuseum

- Bewertung nach vorgegebenen Kriterien 39
- Bewertung im Besucherinterview 45

6. Ergebnisse der Kinderbefragung 50

7. Zusammenfassung 63

Anhang: Erhebungsinstrumente

Einleitung

Die Arbeitsgemeinschaft der sieben regionalen Freilichtmuseen in Baden-Württemberg hat der AfeB e.V. Heidelberg¹ 2009 den Auftrag gegeben, an den Museen der Arbeitsgemeinschaft eine vergleichende Besucheranalyse durchzuführen. Diese empirische Analyse sollte von den Fragestellungen und Befunden der Erhebung von 1999² ausgehen und quasi im 10-Jahresabstand eine Neubestimmung der Situation vornehmen.

Wichtigstes Anliegen der aktuellen Erhebung und der Erhebung von 1999 war, an den sieben Standorten die Publikumsstrukturen mit empirischen Mitteln zu analysieren. Damit sollten Planungsdaten gewonnen werden, die einerseits beschreiben, wer gegenwärtig zum Publikum der verschiedenen Museen gehört, welche Gruppen stark vertreten sind, wie groß die Gruppe derjenigen ist, die die Museen regelmäßig besuchen („Stammpublikum“) und ob nennenswerte Anteile von neuen Publikumsschichten gewonnen werden („Erstbesucher/innen“). Andererseits sollte aber auch deutlich werden, welche Gruppen im Publikum unterrepräsentiert sind. Dabei sollte v.a. gezeigt werden, welche reale Bedeutung die baden-württembergischen Freilichtmuseen für touristisches Publikum haben und wie gut inzwischen die Zielgruppen aus der unmittelbaren Nachbarschaft der Museen („regionales Publikum“) erfasst werden. Letzteres ist deswegen besonders wichtig, weil die baden-württembergischen Freilichtmuseen ausdrücklich nach einem regionalen Konzept gegründet worden sind, das besondere Möglichkeiten zur Ansprache von Interessenten aus der Region aufweist. Die Frage war daher, wie weit diese Möglichkeiten in der Praxis tatsächlich wahr genommen werden.

Zu einigen Aspekten – vor allem zur Zusammensetzung des Publikums - liegen Ergebnisse aus der Erhebung von 1999 vor, so dass hier ein Vergleich möglich wird und Entwicklungen aufgezeigt werden können. Dazu gehören neben den Aussagen zu den soziodemographischen Basismerkmalen der Besucher/innen auch Aussagen zum Museumsbesuch selbst, also zur Aufenthaltsdauer, den Werbe- und Anspruchswegen („wie wurde das Publikum erreicht?“), der sozialen Besuchssituation („mit wem sind Sie ins Museum gekommen?“) und anderen Besuchsmodalitäten.

Ein dritter, nicht zu unterschätzender Aspekt liegt schließlich bei solchen Merkmalen, an denen die Besucherorientierung besonders gut nachvollziehbar wird. Das sind Merkmale, die zwar meist nur die Rahmenbedingungen eines Museumsbesuchs ausmachen, aber nicht unerheblich zu dessen positiver oder negativer Bewertung durch das Publikum beitragen. Das sind: Die Qualität des Service und der persönlichen Ansprache, der Vermittlungsangebote, der Begehrbarkeit des Geländes und der Beschilderung der Wege, schließlich – für ein Freilichtmuseum von besonderer Bedeutung – die Erreichbarkeit des Museums per Pkw und anderen Verkehrsmitteln.

Methodisch ist bei solchen Besucherstudien zu unterscheiden zwischen quantifizierbaren Befunden, die über standardisierte Fragebögen erhoben werden können und stärker qualitativen Aussagen, die sich eher auf die inhaltliche Seite des Museumsbesuchs beziehen (= Themen und Interessenschwerpunkte, besondere Eindrücke und Erfahrungen) und die besser im persönlichen Gespräch (= Interview) erhoben werden können. In der vorliegenden Besucherstudie sollte beides geleistet werden: Es sollten statistisch belastbare Daten über das Publikum gewonnen werden und es sollte versucht werden, sich darüber hinaus dem anzunähern, was für die einzelne Person das Besondere am Besuch in einem der baden-württembergischen Freilichtmuseen ausmacht.

¹ Die Arbeitsgruppe für empirische Bildungsforschung e.V. - kurz AfeB - ist ein gemeinnütziges Forschungsinstitut in Heidelberg. Nähere Informationen unter www.arbeitsgruppe-heidelberg.de

² Eine Zusammenfassung der Erhebungsergebnisse von 1999 findet sich in: Hans Joachim Klein, Die Sieben im Süden – Eine Studie über die Besucher der Freilichtmuseen in Baden-Württemberg. In: MUSEUMSBLATT – Mitteilungen aus dem Museumswesen Baden-Württembergs, Nr. 29/ 2000

1. Zur Erhebung

Vorweg

Wir möchten den beteiligten Museen und ihren Mitarbeitern/innen ganz besonders danken, dass sie die Rahmenbedingungen für diese umfangreichen Erhebungen bereit gestellt haben und sich in vielfältiger Weise für das Befragungsprojekt engagiert haben. Nur durch diese tatkräftige Förderung und Unterstützung konnte das Vorhaben reibungslos und am Ende erfolgreich durchgeführt werden.



Foto: Besucher/innen beim Ausfüllen der Fragebögen im Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck

Diese Erhebung wäre nicht möglich gewesen, wenn nicht vor Ort in den Freilichtmuseen viele fleißige und engagierte Mitarbeiter/innen des Befragungsteams aktiv gewesen wären. An jedem der sieben Orte sind wir durch mindestens zwei, meist aber erheblich mehr „Befrager/innen“ tatkräftig unterstützt worden. Sie sind an vielen Erhebungstagen zu jedem Wetter vor Ort gewesen, haben Fragebögen verteilt, unzählige Besucher/innen freundlich angesprochen, neugierige Fragen beantwortet und schließlich die ausgefüllten Fragebögen zur Auswertung in den PC eingegeben. Nur durch ihr Engagement ist das Projekt an so vielen unterschiedlichen Orten überhaupt realisierbar geworden. Dafür allen Beteiligten ein ganz herzliches Dankeschön!

Erhebungsansatz

Die Studie war als **Gesamtprojekt** geplant, das heißt, dass die Erhebungen zwar an den einzelnen Museen stattfinden sollten, aber insgesamt (auch) ein Ergebnis in der Zusammenschau liefern sollten, das für alle Freilichtmuseen des Arbeitskreises Gültigkeit besitzt. Das Projekt befand sich damit auf einer gewissen Gradwanderung: Einerseits wollten wir versuchen, Ergebnisse für die einzelnen Museen möglichst zeitnah nach Abschluss der Erhebungsarbeiten zu liefern; andererseits sollte aber auch die Vergleichbarkeit und übergreifende Auswertung gewährleistet werden. Den ersten Teil dieses Anliegens (= zeitnahe Vermittlung von Einzelergebnissen) haben wir im Verlauf des Projekts relativ gut und zügig geleistet. Das gelang vor allem deswegen so gut, weil die Befragungsteams vor Ort zugleich auch die Dateneingabe am PC geleistet haben. Dadurch war es teilweise möglich, oft schon wenige Tage, nachdem der letzte Fragebogen ins Statistikprogramm eingegeben war, Ergebnisse an das einzelne Museum weiter zu leiten. Außerdem

gab es nach der ersten Erhebungsphase einen Zwischenstandsbericht auf Papier, nach der zweiten Erhebungsphase folgte ein solcher Zwischenstandsbericht als Powerpoint - Präsentation. Der vorliegende Bericht soll nun die andere Seite einlösen, also v.a. vergleichbare Daten und Befunde über den gesamten Projektzeitraum liefern. Dabei kommen wir jedoch nicht umhin, immer wieder auf Unterschiede bei den einzelnen Museen und den einzelnen Erhebungsphasen (s.u.) einzugehen. Dies ist deswegen wichtig, weil ein Ergebnis der vorliegenden Studie ist, dass die beteiligten Museen in keiner Weise homogene Besucherstrukturen aufweisen. Das galt in der Erhebung 1999 schon in Bezug auf das Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof, der sich damals in der Besucherstruktur sehr von den anderen Museen unterschieden hat. Diese Situation besteht auch heute fort. Inzwischen zeigt sich aber auch eine stärkere Differenzierung zwischen den anderen Museen. Wir werden auf diesen Punkt unten in der Vorstellung der Ergebnisse noch genauer eingehen.

Die Erhebung hatte Einzelbesucher/innen zum Erhebungsgegenstand, d.h. befragt werden sollten **alle erwachsenen Besucher/innen über 16 Jahre**, die nicht als Schulklasse im Museum waren. Ein kritischer Punkt bei solchen Besucherbefragungen sind stets (erwachsene) **Besuchergruppen**. Diese betreten zwar meist mehr oder weniger geschlossen das Museum als Gruppe, bleiben während des Besuchs (während einer Führung) oft zusammen, verlassen das Museum dann aber in lockerer Gruppierung oder ganz vereinzelt. Da wir die Fragebögen am Ausgang des Museums verteilt haben, konnten die Befragungsteams kaum noch unterscheiden, wer das Museum in einer Gruppe betreten hatte und wer von Anfang an einzeln da war. Im Zweifel wurden daher Fragebögen an alle Erwachsenen verteilt, die das Museum gerade verließen. Probleme gab es aber regelmäßig dann, wenn geführte Gruppen das Museum am Ende – nach dem Besuch – wieder in „Gruppenformation“ verließen. In den meisten Fällen war es dann kaum möglich, auch solche Personen zum Ausfüllen eines Fragebogens zu bewegen. Die Erfahrung lehrt, dass - wenn eine Person verweigert hat („keine Zeit, wir müssen zum Bus“) meist auch alle anderen aus der Gruppe keinen Fragebogen ausfüllen wollen. Das bedeutet für unsere Ergebnisse, dass der Anteil der Gruppenbesucher um einige Prozentpunkte zu niedrig liegen dürfte.

Im Unterschied zur Erhebung 1999 haben wir nicht versucht, quotierte Stichproben zu bilden. Das heißt, wir haben die Größe unserer Stichproben nicht an den Jahresbesuchszahlen ausgerichtet. Das erschien uns aus zwei Gründen nicht sinnvoll: Zum einen wollten wir gerade in den etwas schwächer besuchten Museen wirklich jeden ausgefüllten Fragebogen in die Auswertung einbeziehen, den wir im Erhebungszeitraum bekommen konnten. Gerade unter der Woche war der Besuch oft so schwach, dass uns eine quotierte Stichprobenbildung unpraktikabel erschien. Zum anderen kann man die unterschiedlichen Größen der beteiligten Museen (i.S. unterschiedlicher Jahresbesuchszahlen) viel besser durch gewichtete Durchschnittswerte im Zuge der Auswertung zur Geltung bringen. Alle in dieser Auswertung verwendeten Gesamtdurchschnitte sind daher um den Faktor „Jahresbesuchszahl“ gewichtete Durchschnitte. Das führt in vielen Fällen dazu, dass Durchschnitte durch die hohen Besuchszahlen im Schwarzwälder Freilichtmuseum noch oben korrigiert wurden. In anderen Fällen führt die Gewichtung jedoch kaum zu Veränderungen gegenüber dem unkorrigierten Durchschnittswert.

Erhebungsmethoden

Wichtigstes Erhebungsinstrument für die durchgeführte Studie war ein für alle Museen standardisiert entwickelter **Besucher-Fragebogen**, der weitgehend geschlossen konzipiert war („ankreuzbar“), mit Ausnahme zweier offener Fragen („Was hat Ihnen besonders gefallen“/ „Was Sie gestört oder was hat gefehlt“). Die Fragebögen enthielten rund vierzig Variablen („Fragen“), wobei einige Variablen (v.a. bei den Bewertungsfragen) zu Frageblöcken zusammen gefasst waren, wodurch der Fragebogen für die Befragten nicht ganz so lang erschien. Diese 40 Variablen verteilten sich in der Druckfassung auf 1 ½ Seiten (s. Anhang), die in ca. fünf bis maximal 15 Minuten ausgefüllt werden konnten, je nach Sorgfalt und persönlichem Tempo. Es gab während der Erhebung

relativ wenig Klagen über die Länge des Fragebogens, allerdings war der Bogen objektiv betrachtet an der Obergrenze dessen, was man Publikum bei einer Erhebung zumuten sollte. Erleichternd kam hinzu, dass viele Besucher den voran gegangenen Besuch als so positiv empfanden, dass sie dem Museum daher gern „den Gefallen tun“ wollten und den Fragebogen ausfüllten.

Ein Problem war allerdings, dass in mehreren der teilnehmenden Museen parallel eigene Fragebögen eingesetzt wurden bzw. Fragebögen anderer Institutionen verteilt wurden. Einige dieser Erhebungen wurden während unserer Erhebung gestoppt, das war jedoch nicht immer der Fall. Insgesamt empfiehlt es sich für die Zukunft, die „Fragebogendichte“ gegenüber dem Museumspublikum nicht zu hoch werden zu lassen, da dies mittelfristig die Bereitschaft gefährdet, überhaupt noch an Erhebungen teilzunehmen. Empfehlenswert erscheint es uns dagegen, eigene Erhebungen etwas besser zu professionalisieren. Einige der parallel verteilten Fragebögen waren erhebungsmethodisch ziemlich problematisch. Vor allem die Auswertbarkeit schien uns nicht in jedem Fall sicher gestellt zu sein. Wenn man dem Publikum schon Fragebögen vorlegt, die beim Ausfüllen ja stets doch einige Mühe kosten, dann sollte auch sicher gestellt sein, dass sie zu für das Museum verwertbaren Ergebnissen führen. Wir halten hier externe Beratung für empfehlenswert.

Unser Fragebogen war insofern nur teilstandardisiert, als jedes Museum die Möglichkeit hatte, ein bis drei eigene **Sonderfragen** einzufügen. Das gab ihnen Gelegenheit, eigenen, nur für dieses Museum relevanten Fragestellungen an das Publikum nachzugehen. So wurde häufig danach gefragt, welche zusätzlichen Informationsmöglichkeiten in Zukunft gewünscht werden. Die Ergebnisse dieser Sonderfragen wurden den Museen selbst vorgelegt, hier im Auswertungsbericht sind sie nicht berücksichtigt.

Zweites Erhebungsinstrument waren qualitative **Besucherinterviews**. In jedem der beteiligten Museen³ wurden parallel zur Verteilung der Fragebögen ca. 30 Interviews mit ausgewählten Besuchern/innen geführt. Diese Interviews waren relativ allgemein gehalten (s. Anhang). Sie fragten offen danach ..

- Wie es dem/ der Befragten im Freilichtmuseum gefallen hat;
- Wenn „gut“ (was fast stets der Fall war): Was besonders?
- Wenn nur eine Sache genannt wurde, wurde weiter gefragt, ob es noch anderes gab, was besonders gefallen hat (evtl. wurde diese Nachfrage den anderen anwesenden Familienmitgliedern oder dem/der Partner/in gestellt);
- Ob es auch Dinge gab, die gestört haben oder beim Besuch vermisst wurden;
- Schließlich: Ob die Befragten Vorschläge oder Anregungen für das Museum haben, z.B. Hinweise auf Angebote, die sie andernorts gesehen haben.

Die Antworten wurden in Stichworten in das Interviewformular eingetragen und anschließend transkribiert. Die Ergebnisse der Besucherinterviews haben vor allem Bedeutung für die einzelnen Museen, da z.T. sehr spezielle Aspekte angesprochen wurden (z.B. bestimmte Angebote auf Festen oder bestimmte Mängel in der Beleuchtung einzelner Häuser etc.). Die Ergebnisse wurden in Listenform zusammen gefasst und den Museen zur weiteren Auswertung zur Verfügung gestellt. Wir werden jedoch unten (Kap. 5) einige Befunde von über das einzelne Museum hinaus reichender Bedeutung exemplarisch vorstellen.

Das dritte Erhebungsinstrument war etwas unorthodox: Wir haben für die Kinder zusätzlich zwei **Kinderfragebögen** bereit gestellt, und zwar einen grünen Bogen, auf dem man eintragen (oder malen) konnte, was einem beim Besuch im Freilichtmuseum besonders gefallen hat; und einen si-

³ Im Odenwälder Freilandmuseum wurden keine Besucherinterviews durchgeführt, da dort die Befragung per Interview der Befragung per Fragebogen zu viele Ansprechpersonen entzogen hätte. Durch die geringen Besuchszahlen in Gattersdorf war es ohnehin schwierig, auf minimale Stichproben für die Fragebögen zu kommen. Dabei hätte eine zusätzliche Interviewaktion leider gestört.

gnalroten Bogen, auf dem man eintragen (oder malen) konnte, was einem beim Besuch im Freilichtmuseum überhaupt nicht gefallen hatte. Die Kinderfragebögen lagen – zusammen mit reichlich farbigen Stiften – auf niedrigen Tischen aus, die in der Nähe stationiert waren, wo die Erwachsenen die Besucherfragebögen ausfüllten. Das hatte den positiven Nebeneffekt, dass die Kinder in dieser Zeit nicht unruhig wurden, sondern mit „ihrem“ eigenen Fragebogen beschäftigt waren. Diesem Bericht sind als anschauliches Beispiel einige ausgefüllte Kinderfragebögen beigefügt. Sie vermitteln einen Eindruck davon, wie sich ein Freilichtmuseum aus der Sicht von Kindern darstellt. Ein Ergebnis stand schon bald nach Beginn der Erhebung fest: Es wurden ca. zehn Mal so viele grüne Fragebögen ausgefüllt wie rote. Das belegt, dass der Museumsbesuch von den Kindern überwiegend positiv (=“grün“) bewertet wurde. Aber es gab auch kritische Anmerkungen auf den roten Bögen. Diese waren aber teilweise wiederum als Lob einzuordnen, denn häufig fand man den Eintrag: „*Schlecht war, dass wir schon gehen mussten!*“. Oder aber es fanden sich kritische Anmerkungen, wobei die Mängel, auf die sie sich bezogen, in keinem Fall vom Museum zu vertreten waren. Etwa: „*Dass ich nur eine Cola trinken durfte!*“, oder „*dass ich nur so ein kleines Eis bekommen habe!*“. Ein Mangel, der noch am ehesten in den Bereich fällt, für den das Museum zuständig ist, bezieht sich auf die Tiere im Museum. Hier finden sich immer wieder Eintragungen wie: „*Gefehlt haben die Pferde!*“, oder „*zu wenig kleine Ziegen!*“, oder „*...dass es nur einen Esel gab!*“. Daran wird sehr schön erkennbar, dass dies für Kinder ein wichtiges Kriterium für die Qualität ihres Besuchs im Freilichtmuseum ist. Zur detaillierten Auswertung der „Kinderzettel“ s.u. Kap. 6.

Erhebungszeitraum, beteiligte Museen und Stichprobe

Die Mitgliedsmuseen der Arbeitsgemeinschaft, an denen die Erhebungen durchgeführt wurden, sind:

- Freilichtmuseum Beuren
- Odenwälder Freilandmuseum Gottersdorf
- Museumsdorf Kürnbach
- Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck
- Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof
- Hohenloher Freilandmuseum Wackershofen
- Bauernhausmuseum Wolfegg

An diesen Museen wurden die Besucher im Zeitraum vom 4.9.2009 (= erster Erhebungstag des Projekts im Bauernhausmuseum Wolfegg) bis zum 22.8.2010 (= letzter Erhebungstag des Projekts in mehreren Museen) befragt. Die Erhebung lief in drei zeitlichen Erhebungswellen ab:

- Erste Erhebungswelle: Herbst 2009
- Zweite Erhebungswelle: Pfingsten 2010
- Dritte Erhebungswelle: August 2010

Diese Zeiträume für die Erhebung wurden ausgewählt, weil davon ausgegangen wurde, dass dabei jeweils für die Freilichtmuseen typische Publikumssegmente erfasst werden können:

- Während der ersten Erhebungswelle im Herbst 2009 das Publikum der verschiedenen an den Museen stattfindenden großen Herbstfeste;
- Während der zweiten Erhebungswelle zu Pfingsten ein spezifisches Ausflugs- und Familienpublikum;
- Und während der dritten Erhebungswelle in den baden-württembergischen Sommerferien ein stärker touristisch geprägtes Publikum.

Im Ergebnis zeigte sich dann, dass sich diese der Auswahl der Erhebungszeiträume zu Grunde liegenden Annahmen nur teilweise bestätigt haben, d.h. dass das Publikum nur teilweise diese Zusammensetzung aufwies (s.u.)

Insgesamt wurden an den genannten Museen an **110 Erhebungstagen** Fragebögen verteilt, Besucherinterviews geführt und Kinder befragt. Die o.a. 110 Erhebungstage verteilen sich auf folgende **Wochentage**:

Sonntage: 46
Samstage: 27
Festtage: 11
Werkstage: 26

Ablauf der Erhebungen an den einzelnen Museen

Freilichtmuseum Beuren

1. *Erhebungswelle*: Sa., 3.10.2009 bis So., 11.10.2009 (= 1 Samstag/ 2 Sonntage/ 1 Feiertag/ 4 Werkstage)

Besondere Ereignisse: Sa., 3.10.2010 „Alte Kinderspiele“/ So., 4.10.2010 „Miteinander Danza“ (Volkstümliches Tanzfest)/ So., 11.10.2010 „Moschtfest“

2. *Erhebungswelle*: Sa., 22.5.2010/ So. 23.5.2010/ Mo., 24.5.2010/ Sa., 29.5.2010/ So., 30.5.2010 (= 2 Samstage/ 2 Sonntage/ 1 Feiertag)

Besondere Ereignisse: 15.5. bis 30.5.2010 „Köhlerwoche“

3. *Erhebungswelle*: So., 1.8.2010/ So., 8.8.2010/ Sa., 21.8.2010/ So., 22.8.2010 (= 1 Samstag/ 3 Sonntage)

Besondere Ereignisse: So., 22.8.2010 „Getreidetag“

Odenwälder Freilandmuseum Gottersdorf

1. *Erhebungswelle*: Sa./So. 12./13.9.2009/ Sa./So., 19./20.9.2009/ Sa./So., 26./27.9.2009 (3 Samstage/ 3 Sonntage)

Besondere Ereignisse: So., 20.9.2009 „Kartoffel- und Mosttag“

2. *Erhebungswelle*: Sa./ So/ Mo., 22./23./24.5.2010/ Sa./So., 29./30.5.2010 (2 Samstage/ 2 Sonntage/ 1 Feiertag)

Besondere Ereignisse: Sa./So., 22./23.5.2009 Militärgeschichtliche Vorführungen aus Napoleonischer Zeit (1786-1814)

3. *Erhebungswelle*: So., 1.8.2010/ So., 8.8.2010/ So., 15.8.2010 (3 Sonntage)

Besondere Ereignisse: So., 15.8.2010 „Handwerkertag“

Museumsdorf Kürnbach

1. *Erhebungswelle*: Sa./ So., 10./ 11.10.2009/ Sa./So., 17./18.10.2009/ Sa./ So., 24./25.10.2009 (= 3 Samstage/ 3 Sonntage)

Besondere Ereignisse: So., 11.10.2009 „Herbstmarkt“/ So., 18.10.2009 „Rund um den Apfel“ (Obstsortenausstellung)

2. *Erhebungswelle*: Sa./ So/ Mo., 22./ 23.5./ 24.5.2010/ Sa./So., 29./ 30.5.2010 (= 2 Samstage/ 2 Sonntage, 1 Feiertag)

Besondere Ereignisse: So., 23.5.2010 Familiensonntag „Dampfbahn“, So., 30.5.2010, Ochsenhauser Königsdragoner

3. *Erhebungswelle*: So., 1.8.2010/ So., 8.8.2010/ So., 22.8.2010 (= 3 Sonntage)

Besondere Ereignisse: So., 8.8.2010 Familiensonntag „Dorfleben“

Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck

1. *Erhebungswelle*: Sa., 19.9.2009 bis So., 27.9.2009 (= 2 Samstage, 2 Sonntage, 4 Werkstage)

Besondere Ereignisse: So., 20.9.2009 Eröffnungsfest Kaufhaus Stetten

2. *Erhebungswelle*: Sa./ So/ Mo., 22./ 23./ 24.5.2010/ Sa./So., 29./30.5.2010 (= 2 Samstage/ 2 Sonntage/ 1 Feiertag)

Besondere Ereignisse: Mo., 24.5.2009 Familientag (Deutscher Mühlentag)

3. *Erhebungswelle*: So., 1.8.2010/ So., 15.8.2010/ So., 22.8.2010 (= 3 Sonntage)

Besondere Ereignisse: So., 22.8.2010 „Strohfest“

Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof

1. Erhebungswelle: Sa., 26.9.2009 bis So., 4.10.2009 (= 1 Samstag, 2 Sonntage, 1 Feiertag, 5 Werktage)

Besondere Ereignisse: Ab Sa. 26.9.2009 „Mostwoche“

2. Erhebungswelle: Fr./ Sa./ So./ Mo., 21./ 22./ 23./ 24.5.2010/ Sa./ So., 29./30.5.2010 (= 2 Samstage/ 2 Sonntage/ 1 Feiertag/ 1 Werktag)

Besondere Ereignisse: So., 23.5.2010 „Milch und Honig“ - Tag

3. Erhebungswelle: Sa./ So./ Mo., 31.7./ 1./ 2.8.2010 (= 1 Samstag/ 1 Sonntag/ 1 Werktag)

Besondere Ereignisse: -

Hohenloher Freilandmuseum Wackershofen

1. Erhebungswelle: Fr./ Sa./ So./ Mo. 2./3./4./5.4.2010 (= 1 Samstag/ 1 Sonntag/ 2 Feiertage)

Besondere Ereignisse: -

2. Erhebungswelle: Sa./ So./Mo., 22./23./24.5.2010/ Sa./ So., 29./ 30.5.2010 (2 Samstage/ 2 Sonntage/ 1 Feiertag)

Besondere Ereignisse: So., 30.5.2010 „Rund um das Schaf“

3. Erhebungswelle: Di./ Mi./ Do./ Fr., 3./4./5./6.8.2010/ So., 8.8.2010 (= 1 Sonntag/ 4 Werktage)

Besondere Ereignisse; -

Bauernhausmuseum Wolfegg

1. Erhebungswelle: Fr., 4.9.2009 bis So., 13.9.2009 (= 2 Samstage/ 2 Sonntage/ 6 Werktage)

Besondere Ereignisse: Sa./ So., 5./6.9.2010, Museumsfest

2. Erhebungswelle: Fr., 21.5.2010/ So./ Mo., 23./ 24.5.2010/ So., 30.5.2010 (= 2 Sonntage/ 1 Feiertag/ 1 Werktag)

Besondere Ereignisse: Mo., 24.5.2010 „Schäfertag“

3. Erhebungswelle: So., 1.8./ 15.8./ 22.8.2010 (= 3 Sonntage)

Besondere Ereignisse: So., 1.8.2010 Oldtimer Traktorentreffen/ So., 22.8.2010, „Tag des Bieres“

Für die **Auswahl der Erhebungstage** gab es unterschiedliche Kriterien:

- Im Herbst 2009 wurde versucht, die an fast allen Museen stattfindenden besonderen Herbstereignisse („Herbstfest“, „Kartoffelfest“, „Mostfest“ etc.) abzudecken.
- Im Hohenloher Freilandmuseum Wackershofen fanden nach Absprache mit dem Museum die erste Erhebungswelle nicht im Herbst, sondern erst zu Ostern 2010 statt. Wo erforderlich wurde diese Abweichung bei der Auswertung der Daten berücksichtigt.
- Bei der zweiten Erhebungswelle sollten vorrangig die drei Pfingsttage erfasst werden (Samstag/ Sonntag/ Montag); außerdem wurde in den meisten Museen noch das darauf folgende Wochenende aufgenommen. Aus erhebungspraktischen Gründen (= terminliche Einsetzbarkeit der Befrager/innen) kam es bei der zweiten Erhebungswelle zu einigen terminlichen Abweichungen.
- Bei der dritten Erhebungswelle sollten drei Sonntage in den baden-württembergischen Sommerferien erfasst werden. In der Regel waren das die Sonntage 1.8./ 7.8. und 15.8.2010. Im Hohenloher Freilandmuseum Wackershofen wurden auch vier Werktage in diese Erhebungswelle aufgenommen, da in Wackershofen noch keine Werktage abgedeckt waren.

Bei der Festlegung der Erhebungszeiträume erwies sich, welche herausragende Bedeutung **besondere Ereignisse** wie Museumsfeste, Sonderausstellungen und Familiensonntage inzwischen in der Programmgestaltung der Museen haben. Es zeigte sich, dass die meisten Museen nicht nur in der ersten Erhebungsphase – also zu Zeiten der traditionellen „Herbstfeste“ – Sonderprogramme anbieten, sondern inzwischen an praktisch allen Wochenenden mal größere, mal kleine-

re Aktivitäten stattfinden. Das reichte während unseres Erhebungszeitraums von ausgesprochenen „Mega-Events“ wie der Eröffnung des Kaufhauses aus Stetten in Neuhausen oder dem Oldtimer-Traktoren-Treffen im Bauernhausmuseum Wolfegg, zu denen tausende Besucher/innen strömten, bis hin zum Familiensonntag „Dorfleben“ im Dorfmuseum Kürnbach oder dem Samstag „Alte Kinderspiele“ im Freilichtmuseum Beuren, die zwar etwas weniger nachgefragt waren, aber auch ihr spezielles Publikum ansprachen. Eine Ausnahme scheint mit Einschränkungen das Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof zu sein, das etwas weniger auf solche Sondereignisse setzt, sondern stärker kontinuierliche Vorführungen im Museumsgelände anbietet. Für die Erhebung bedeutet diese Entwicklung, dass das ursprüngliche Unterscheidungskriterium zwischen Zeiträumen mit besonderen Ereignissen und Zeiträumen mit „Normalbetrieb“ sich nicht als besonders tragfähig erwiesen hat – jedenfalls was die Wochenenden und Feiertage betrifft.

Ganz anders sieht die Situation an den **Werktagen** aus. Wir hatten ursprünglich geplant, die Werktage in gleicher Weise wie die Wochenenden in die Erhebungsplanung einzubeziehen. Wir haben das auch immer wieder versucht, die Erfahrungen waren jedoch in vielen Fällen ausgesprochen negativ: Oft war es kaum sinnvoll, Fragebögen zu verteilen, da der Besuch an den Werktagen so schwach war, dass die Befragter/innen keine nennenswerte Anzahl an Fragebögen los geworden sind. Der Aufwand und der Ertrag standen oft in einem so schlechten Verhältnis zueinander, dass wir gegen Ende der Erhebungsarbeiten immer stärker auf die Sonntage ausgewichen sind. Nur so war es überhaupt möglich, die versprochene repräsentative Stichprobe wenigstens ansatzweise zusammen zu bekommen. Die große Vielfalt an besonderen Angeboten an den Wochenenden zeigt hier offensichtlich ihre Schattenseite: Das Publikum scheint inzwischen so sehr daran gewöhnt zu sein, dass beim Besuch im Freilichtmuseum „etwas los“ ist, dass Tage ohne Programm gemieden werden. Jedenfalls deuten viele Aussagen, die wir bei den Besucherinterviews gewonnen haben, in diese Richtung (s. unten Kap.5).

Stichprobe

Insgesamt wurde in dem o.a. Zeitraum an allen sieben Museen eine Stichprobe von insgesamt **8759** Fragebögen gewonnen. Pro Museum sind das (gerechnet über drei Erhebungswellen):

Freilichtmuseum Beuren	1215 Fragebögen
Odenwälder Freilandmuseum Gottersdorf	655 Fragebögen
Museumsdorf Kürnbach	851 Fragebögen
Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck	1606 Fragebögen
Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof	1798 Fragebögen
Hohenloher Freilandmuseum Wackershofen	1188 Fragebögen
Bauernhausmuseum Wolfegg	1446 Fragebögen

Im Durchschnitt wurden in der ersten Erhebungswelle pro Museum 575 Fragebögen verteilt, in der zweiten Erhebungswelle 376 Fragebögen und in der dritten Erhebungswelle 300 Fragebögen. Insgesamt wurden über alle drei Erhebungswellen pro Museum pro Erhebungswelle durchschnittlich 417 Fragebögen verteilt.

Zur **Datenqualität**: Wieweit sind die erhobenen Daten repräsentativ? Man kann davon ausgehen, dass bei allen Museen, in denen in der Gesamtstichprobe über 1000 Fragebögen eingesammelt wurden, die Befunde repräsentativ sind. Die Erfahrungen der AfeB in Museumsbefragungen zeigen, dass durchaus schon kleinere Stichproben (600 bis 800) verlässliche Aussagen liefern. Insofern ist auch die Ergebnisqualität bei den beiden Freilichtmuseen mit insgesamt unter 1000 Fragebögen unproblematisch. Kritisch wird es eventuell, wenn man die Stichproben einzelner Erhebungswellen betrachtet. Vor allem Aussagen aus Stichproben unter 400 (in der ersten Erhebungswelle nur im Odenwälder Freilandmuseum, in den beiden anderen Erhebungswellen auch in einigen anderen Museen) sollten daher mit einiger Zurückhaltung formuliert werden. Bezogen

auf die einzelne Erhebungswelle muss man hier bei einigen Museen wohl eher von Trenderfassungen reden. Was konkret bedeutet, dass größere Unterschiede und Abweichungen (etwa bei den Besuchszeiten oder bei der Altersstruktur des Publikums etc.) wohl noch immer die Realität recht gut abbilden, im einstelligen Prozentbereich spielt jedoch auch schon der Zufall eine Rolle. Wir haben diese unterschiedliche Datenqualität bei unserer weiteren Auswertung so gut wie möglich berücksichtigt.

2. Besucherstrukturen

Wer sind die Besucher/innen der Freilichtmuseen in Baden-Württemberg? Um dies zu klären haben wir in den Fragebögen folgende soziodemographischen Basismerkmale abgefragt, die weitgehend auch in der Erhebung 1990 erfasst wurden. Daher kann bei jedem Merkmal gleich der Vergleich zwischen aktuellen Ergebnissen und den Ergebnissen der letzten Erhebung gezogen werden.



Foto: Familie beim „Handwerker-Sonntag“ im Hohenloher Freilandmuseum Wackershofen

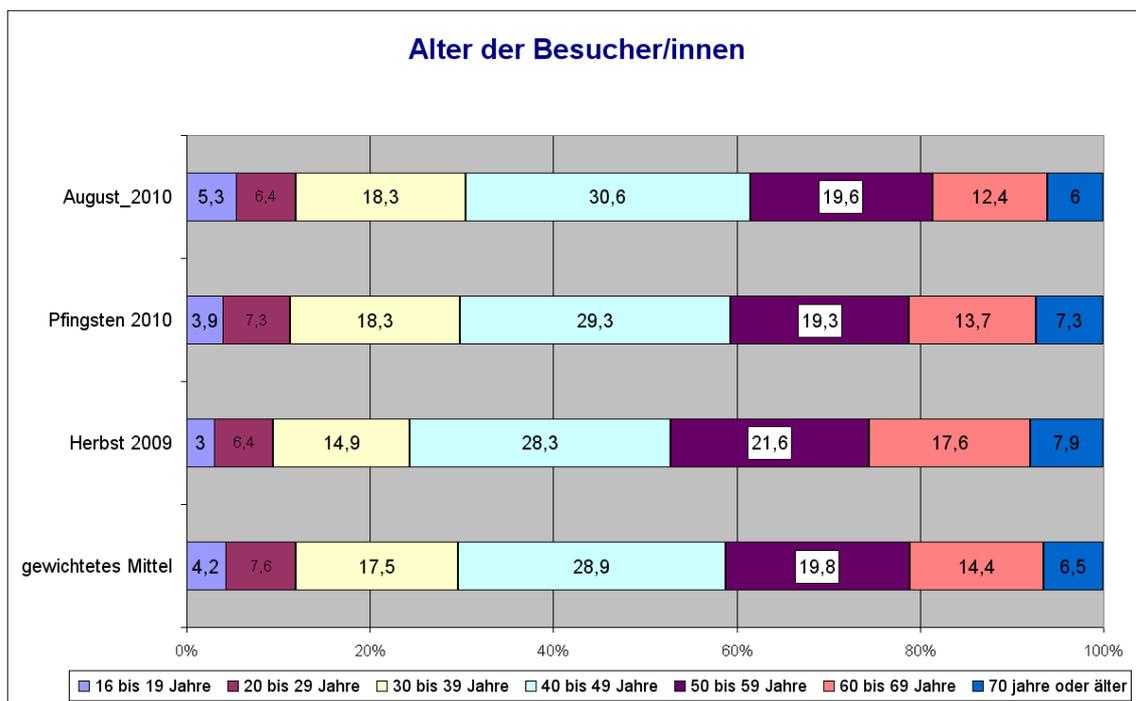
Diese Basismerkmale sind:

- Alter
- der persönliche Status
- das Geschlecht
- die Bildungsabschlüsse
- Nutzung anderer Museen
- die Herkunft des Publikums

An dieser Stelle noch eine Anmerkung zu den Durchschnittswerten: Wenn wir Durchschnittswerte zur den Ergebnissen aus den einzelnen Museen gebildet haben, so wurden diese entsprechend der Jahresbesuchszahlen 2009 gewichtet. Das bedeutet: Die Befunde aus den Museen mit höherem Jahresbesuch (z.B. Vogtsbauernhof) erhalten in der Gesamtrechnung ein entsprechend höheres Gewicht als die Befunde aus Museen mit geringerem Jahresbesuch (z.B. Odenwälder Freilandmuseum Gottersdorf).

Alter

Wichtigstes Ergebnis ist hier: Das Publikum der baden-württembergischen Freilichtmuseen bildet (fast) das ganze Altersspektrum der Bevölkerung ab. Bei der Gruppe der Älteren (60 Jahre und älter) entspricht das Ergebnis sogar weitgehend der Bevölkerungsstatistik: In den Freilichtmuseen sind 21% der Befragten über 60 Jahre alt, in der Gesamtbevölkerung Baden-Württembergs sind das derzeit rd. 25%⁴. Bei den jüngeren Altersgruppen gibt es Über- und Untergewichte. Die Gruppe der Erwachsenen zwischen 30 und 59 Jahren macht in der Bevölkerungsstatistik rd. 55% aus, in den Freilichtmuseen ist diese Gruppe deutlich überrepräsentiert mit rd. 66%. Aus dieser Altersgruppe kommt die große Mehrheit des Publikums. Defizite gibt es dagegen bei den noch Jüngeren (20 bis 29 Jahre): Diese machen in der Gesamtbevölkerung derzeit rd. 20% aus, in unserer Erhebung kam diese Gruppe nur selten über 7%⁵. Wie übrigens in vielen anderen Museen des Bundeslandes auch ist diese Altersgruppe unter dem Publikum derzeit nur schwach vertreten.



Im einzelnen: Es gibt deutliche Unterschiede zwischen den drei Erhebungsphasen. Während in den Herbst-Befragungen die Gruppe der Älteren fast ein Viertel ausmacht, beträgt dieser Anteil in den beiden anderen Erhebungsphasen im Schnitt gerade einmal ein Fünftel. Eine mögliche Erklärung ist, dass die verschiedenen Museumsfeste in der Herbstsaison ein entsprechend älteres Publikum anziehen. Die anderen Altersgruppen sind dagegen über die drei Erhebungszeiträume hinweg weitgehend konstant.

Im Gesamtergebnis gibt es einige Unterschiede zwischen den einzelnen Museen: Bei der „älteren Generation“ (60 Jahre und älter) gibt es recht hohe Anteile (mehr als ein Viertel des Publikums) im Odenwälder Freilandmuseum und im Museumsdorf Kürnbach. Das Bauernhausmuseum Wolfegg und das Hohenloher Freilandmuseum haben dagegen ein deutlich jüngeres Publikum; dort liegt der Anteil der „Älteren“ um rund 10 Prozentpunkte niedriger; in Wolfegg ist der Anteil der „Älteren“ zu Pfingsten sogar nur im einstelligen Bereich.

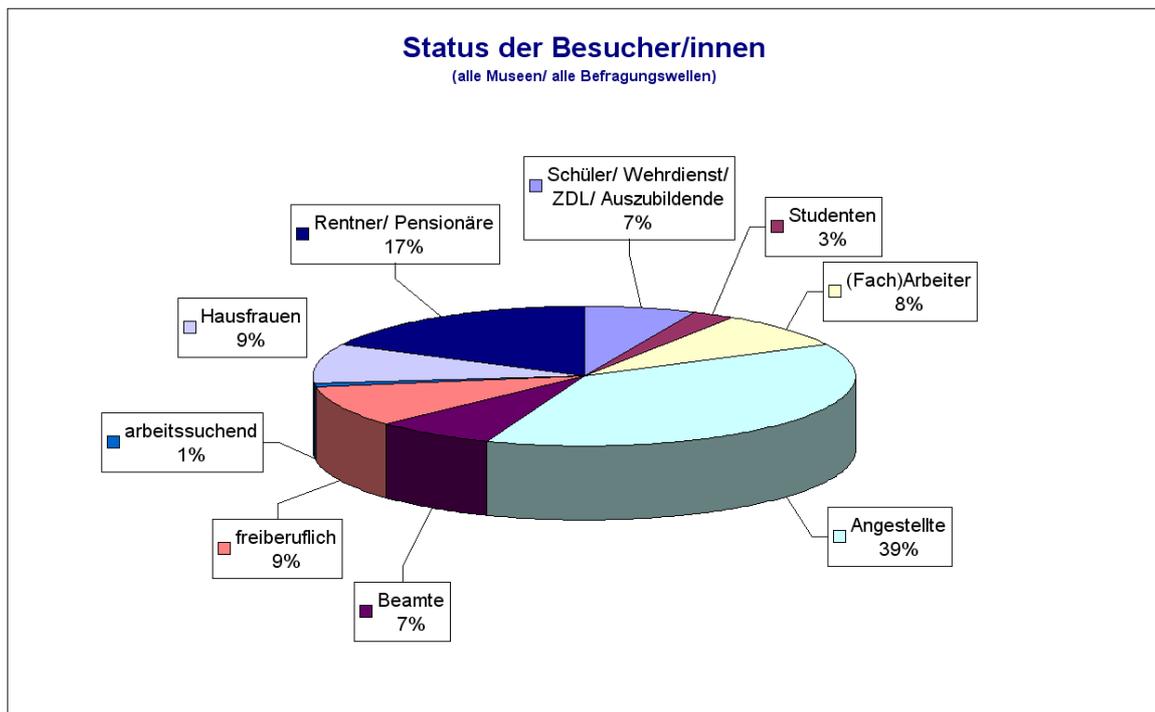
⁴ Quelle: Statistische Landesamt Baden-Württemberg, Künftige Entwicklung der Bevölkerungszahl in Baden-Württemberg bis zum Jahr 2050“ (ab 2005 prognostische Werte), in: „Demografie im Wandel“, Stuttgart, 2005

⁵ Eine Ursache ist sicherlich, dass in dieser Altersgruppe andere kulturelle Interessen im Vordergrund stehen. Man darf jedoch auch nicht vergessen, dass in dieser Altersgruppe der Ausländeranteil besonders hoch ist. Hier lebende Ausländer/innen gehören erfahrungsgemäß zum eher museumsfernen Teil der Bevölkerung.

Insgesamt gewinnt man auf Basis der vorliegenden Daten den Eindruck, dass die Freilichtmuseen in Baden-Württemberg das Interesse (fast) aller Altersklassen finden. Dabei ist es besonders positiv zu bewerten, dass im Durchschnitt inzwischen über ein Viertel des Publikums aus der Generation der unter 40-Jährigen stammt.

Die Ergebnisse der Besucherbefragung 1999 im Vergleich:

Die Ergebnisse der Erhebung 1999 zur Altersstruktur sind nur begrenzt mit der Erhebung 2009/2010 zu vergleichen, da damals eine unübliche Systematik verwendet wurde. Als Trend wird jedoch erkennbar, dass sich das Publikum seit 1999 leicht verjüngt hat. Der Anteil der unter 40-Jährigen betrug damals ca. 22%, in der aktuellen Erhebung liegt er bei fast 30%. Die Anteile der über 60-Jährigen sind in beiden Erhebungen in etwa identisch.



Status

Die Frage nach dem Status der Befragten ermöglicht uns, die sozialen Kontexte und Hintergründe des Publikums genauer zu bestimmen. Dabei kann man leider nicht so weit ins Detail gehen, dass man etwa klären könnte, wie viel aktive Landwirte zum Publikum gehören (obwohl das für ländliche Freilichtmuseen nicht uninteressant gewesen wäre⁶). Die Ergebnisse aus den Fragebögen erlauben jedoch (mit Einschränkungen) eine globale Zuordnung zu bestimmten Beschäftigungsgruppen und damit auch einen Vergleich zur allgemeinen Bevölkerungsstatistik in Baden-Württemberg.

- **Angestellte:** Das ist mit rd. 40% das größte Publikumssegment, wobei unter dieser Kategorie ziemlich unterschiedliche Beschäftigungsgruppen zusammen gefasst sind. Auf jeden Fall lässt sich festhalten, dass ein großer Teil des Publikums in dieser Weise erwerbstätig ist. Auffällig ist, dass dieses Ergebnis sowohl über die drei Erhebungswellen als auch zwischen den Museen extrem homogen ist. Insofern gleichen sich die sieben Museen sehr, lediglich in Kürnbach ist der Angestelltenanteil etwas niedriger (vermutlich

⁶ Das konnten wir im Fragebogen nicht erheben. Im Besucherinterview wurde jedoch überraschend häufig geäußert, dass man selbst von einem Hof käme, vor allem aber, dass Eltern bzw. Großeltern eine Landwirtschaft gehabt hätten. Damit wird meist erläutert, weshalb man an dem im Freilichtmuseum Gezeigten besonders interessiert ist und dass man kein „Laie“ ist, im Unterschied zu den „Touristen“, die sonst im Museum zu finden sind.

bedingt durch den relativ hohen Anteil an Rentnern/ Pensionären). In den Befunden des Statistischen Landesamtes⁷ werden Angestellte mit rd. 55% geführt, allerdings sind die Bezugsgröße hier die Erwerbstätigen. Rechnet man die Nicht-Erwerbstätigen aus unseren Erhebungen heraus, kommt man auf ähnliche Zahlen. Fazit: Der Anteil der Angestellten in den Freilichtmuseen Baden-Württembergs entspricht in etwa ihrem Anteil in der Gesamtbevölkerung.

- **Arbeiter:** Diese Gruppe ist im Publikum der baden-württembergischen Freilichtmuseen mit durchschnittlich 8% stark unterrepräsentiert. In der Erwerbstätigenstatistik sind Arbeiter mit derzeit noch rd. 28% die zweitgrößte Beschäftigtengruppe. Aber selbst wenn man aus unseren Erhebungsergebnissen die Nicht-Erwerbstätigen heraus rechnet, erreicht man kaum den halben Wert der Bevölkerungsstatistik. Dieses Ergebnis ist unterschiedlich zu bewerten: Verglichen mit den Befunden in anderen Publikumsbefragungen der AfeB in kulturhistorischen Museen ist der dieser Wert sogar noch relativ hoch⁸. Andererseits erreichen die baden-württembergischen Freilichtmuseen sonst sehr gut auch museumsferne Gruppen der Bevölkerung (s.u. Kap. 3), daher wäre es sicher wünschenswert, auch diesen Teil der Bevölkerung stärker zu gewinnen. Die Ergebnisse sind im übrigen nicht ganz so homogen wie oben die Ergebnisse bei den Angestellten: Den geringsten Arbeiter-Anteil mit knapp 6% weist das Freilichtmuseum Beuren auf, den höchsten Anteil mit rd. 10% (im August sogar 15%!) findet man im Museumsdorf Kürnbach.
- **Beamte:** Diese Gruppe ist mit 7% etwas überrepräsentiert. Im Landesschnitt sind inzwischen nur noch knapp 5% der erwerbstätigen Bevölkerung Beamte, bezogen auf die Erwerbstätigen Gruppen in unserer Erhebung dürften die Beamte dagegen deutlich über 10% liegen. Die Ursache dafür dürfte u.a. im hohen Interesse von Lehrer/innen an einem Besuch im Freilichtmuseum liegen.
- **Rentner/ Pensionäre:** Diese Gruppe ist im Publikum der baden-württembergischen Freilichtmuseen mit im Schnitt 17% überraschender Weise etwas unterrepräsentiert. Die entsprechenden Daten für die Gesamtbevölkerung in Baden-Württemberg sind nicht ganz eindeutig. Legt man nur den Anteil von Rentnern/innen aus der gesetzlichen Rentenversicherung zu Grunde, so kommt man inzwischen etwa auf 21%⁹ in der Gesamtbevölkerung. Dabei fehlen noch die Pensionäre/innen und die Bezieher anderer Altersversorgungen. Andererseits bezieht eine unbekannte Zahl von Rentnern/innen zwei oder mehr Renten. Der Gesamtanteil der „Ruheständler“ in der Bevölkerung dürfte aber auf jeden Fall über dem Befund in unseren Erhebungen liegen. Dafür gibt es sicherlich nicht nur eine Ursache: Ein Grund könnte sein, dass Freilichtmuseen für Ältere oft schwer zu begehen sind. Auch hier sind die Ergebnisse keineswegs homogen und sie bestätigen die o.a. Annahme nicht in jedem Fall: Den geringsten Rentneranteil weist mit 15% das Bauernhausmuseum Wolfegg auf, auch das Freilichtmuseum Beuren liegt mit rd. 16% im unteren Bereich. Den höchsten Anteil an Rentnern/innen findet man mit jeweils 22% im Odenwälder Freilandmuseum und im Museumsdorf Kürnbach. Stark schwankend sind die Ergebnisse im Freilichtmuseum Neuhausen: Während im Herbst 2009 dort 29% (!) Rentner/innen angetroffen wurden, waren es im August 2010 gerade einmal 11%. Die Ursache dafür könnte sein, dass die Eröffnung des Kaufhauses aus Stetten am 20.9.2009 in besonders großer Zahl „Ruheständler“ angezogen hat.

Die Anteile der anderen Beschäftigtengruppen ergeben sich aus dem o.a. Diagramm. Dazu noch zwei Anmerkungen: Die Anteile der **Selbstständigen / Freiberufler** reproduzieren mit 9% fast auf den Prozentpunkt genau die Ergebnisse aus der Landesstatistik (dort allerdings mit der Bezugs-

⁷ Quelle: Statistik-Portal des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, Stichwort: Landesdaten/ Erwerbstätige, Stuttgart, 2010

⁸ In einer aktuellen Besucherbefragung der AfeB in einer archäologischen Sonderausstellung (10/ 2010) erreichen Arbeiter gerade einmal 3% der Befragten.

⁹ Quelle: Deutsche Rentenversicherung Bund (DRV-Bund), Rentenversicherung in Zahlen 2008. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Statistikportal)

große „Erwerbstätige“). Und die Anteile an „**Arbeitsuchenden**“ sind mit 1% ganz sicher zu niedrig. Die Arbeitslosenquote in Baden-Württemberg beträgt derzeit rd. 4,5%¹⁰. Unklar ist dabei aber, wieweit sich Arbeitslose noch in den anderen Kategorien „verbergen“, z.B. bei den Selbstständigen oder Hausfrauen, zumal die Zuordnung in vielen Fällen fließend ist.

Die Ergebnisse der Besucherbefragung 1999 im Vergleich:

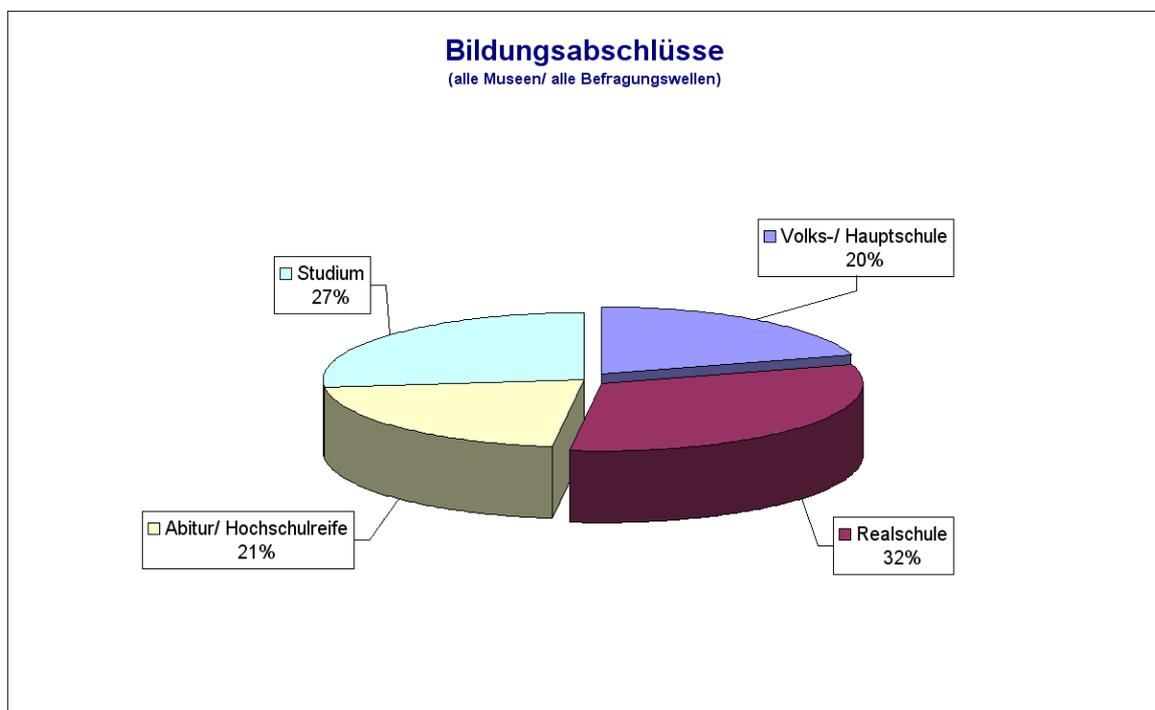
Die Ergebnisse der Erhebung 1999 werden an diesem Punkt durch die Ergebnisse der aktuellen Erhebung weitgehend bestätigt: Die Anteile an Arbeitern, an Rentnern und Selbstständigen sind fast gleich, Angestellte haben leicht zugelegt, Hausfrauen und Beamte haben gegenüber 1999 leicht abgenommen. Insofern hat es in den letzten 10 Jahren keine große Veränderung bei der Zusammensetzung des Publikums gegeben.

Geschlecht

Die Ergebnisse zu diesem Merkmal lassen sich auch ohne Diagramm übersichtlich darstellen: Der Anteil von Männern und Frauen ist im Publikum der Freilichtmuseen in Baden-Württemberg weitgehend ausgeglichen. Im Herbst 2009 ist der Anteil an Männern vergleichsweise am niedrigsten. Der geringste Wert findet sich im Museumsdorf Kürnbach mit 42%; offensichtlich erweist sich der „Herbstmarkt“ dort als ein Ereignis, das stärker weibliches Publikum anzieht. Den höchsten Anteil an Männern weist mit 65% (!) im August 2010 das Bauernhausmuseum Wolfegg auf. Die Ursache dafür ergibt sich vermutlich aus dem Veranstaltungsprogramm: Am 1.8.2010 fand das Oldtimer-Traktoren-Treffen statt, am 22.8.2010 folgte der „Tag des Bieres“. Diese Veranstaltungen haben spürbaren Einfluss auf die Anteile von Männern und Frauen in den Ergebnissen der Erhebung gehabt.

Die Ergebnisse der Besucherbefragung 1999 im Vergleich:

Es gab 1999 einen leichten Frauenüberhang von rd. 1%, ansonsten entsprechen sich die Ergebnisse.

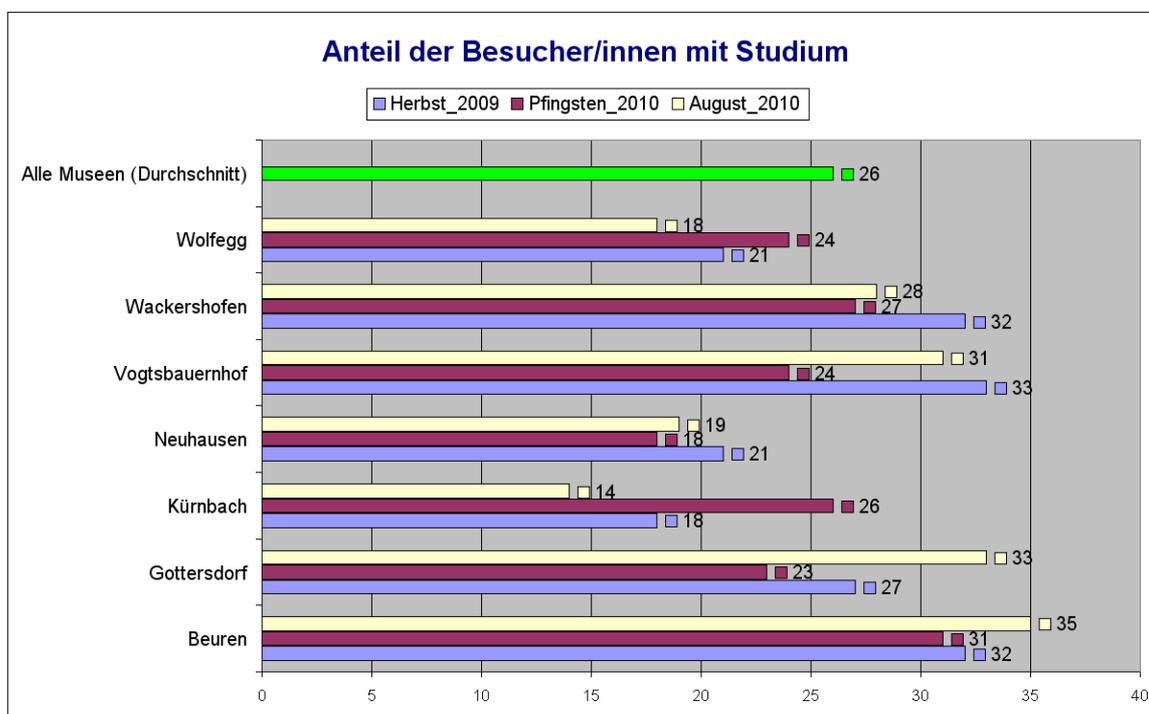


¹⁰ Quelle. Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistikportal, Stichwort „Konjunkturspiegel/ Arbeitslose“, Stuttgart 2010

Bildungsabschlüsse

Diese Befunde belegen eindrucksvoll, dass die Freilichtmuseen in Baden-Württemberg nicht nur Personen mit einem bestimmten (gehobenen) Bildungshintergrund anziehen, sondern bei den Befragten größere Anteile aller Schul- und Bildungsabschlüsse anzutreffen sind. Personen mit den beiden unteren Bildungsabschlüssen – Volks-/ Hauptschule und Realschule – machen im Schnitt über 50% des Publikums aus. Demgegenüber sind Personen mit einem Hochschulabschluss nur mit einem reichlichen Viertel vertreten.

Dabei gibt es spürbare Unterschiede von Museum zu Museum: Auf der einen Seite haben das Hohenloher Freilandmuseum und das Freilichtmuseum Beuren die niedrigste Quote an Hochschulabsolventen (15%/ 18%), das Museumsdorf Kürnbach kommt dagegen im August 2010 auf eine Hauptschul-Quote von 31%. Auf der anderen Seite schwankt auch der Anteil an Hochschulabsolventen zwischen den Museen: Das Freilichtmuseum Beuren hat mit 33% den höchsten Akademikeranteil im Publikum, gefolgt vom Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof, das in seinem August-Publikum auch 30% erreicht hat. Das Freilichtmuseum Neuhausen kommt demgegenüber bei dieser Gruppe kaum auf 20%, das Museumsdorf Kürnbach hat im August 2010 sogar nur 14% Hochschulabsolventen aufzuweisen.



Wie nehmen sich diese Befunde im Vergleich zur allgemeinen Bildungsstatistik aus? Im letzten Mikrozensus des Statistischen Bundesamts aus dem Jahr 2009 sind auch die Schul- und Bildungsabschlüsse detailliert erhoben worden¹¹. Dabei zeigt sich, dass in der Gesamtbevölkerung (Stand: 2008) reichlich 13% über einen Hochschulabschluss verfügen (incl. Fachhochschulabschlüsse in der DDR und Promotion). Das bedeutet, dass der Anteil an Personen mit Hochschulabschluss in den Freilichtmuseen im Durchschnitt immer noch reichlich doppelt so hoch ist wie in der Gesamtbevölkerung. Bei den Personen mit Hauptschulabschluss sind die Verhältnisse gerade umgekehrt: In der Bevölkerung insgesamt beträgt der Anteil dieser Personen immer noch rund rd. 40%¹², das ist exakt doppelt so viel, wie unsere Erhebungen für die Freilichtmuseen ergeben haben. Bei den Realschulabschlüssen wiederum gibt es ein leichtes Übergewicht beim Museums-

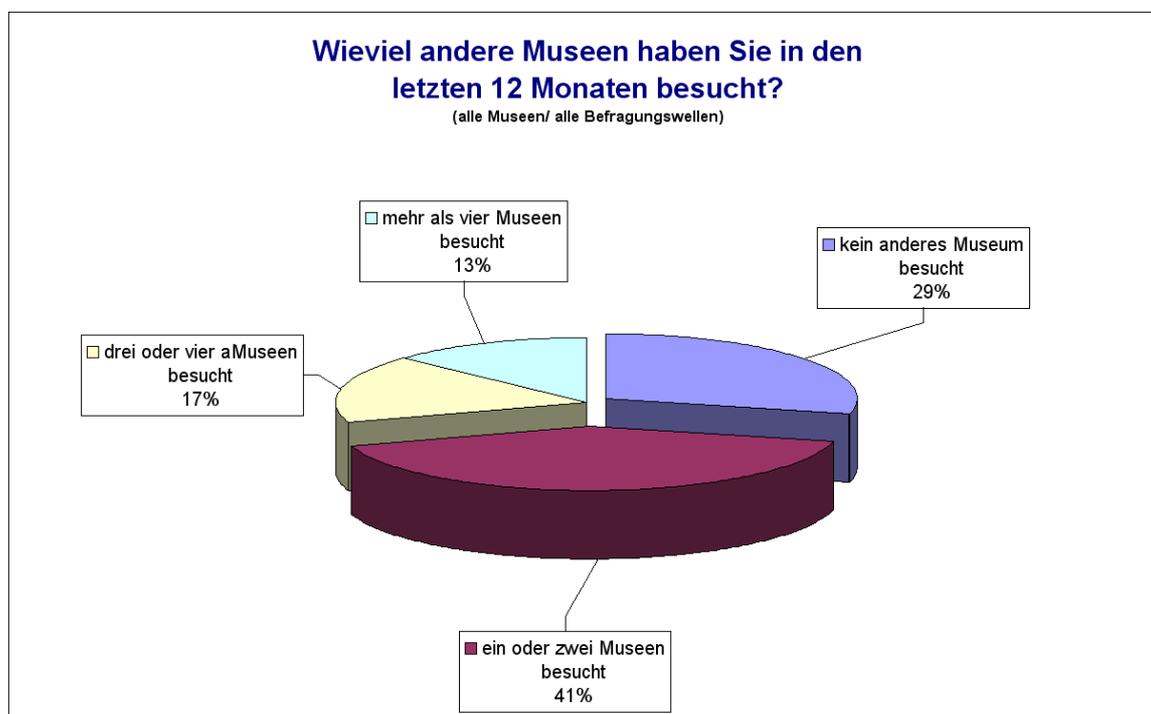
¹¹ Statistisches Bundesamt, Ergebnisse des Mikrozensus 2009/ Personen im Alter von 15 Jahren oder mehr/ Bildungsstand: Bevölkerung nach Bildungsabschluss in Deutschland, Wiesbaden, 2010. Dabei steigt der Anteil der Personen, die nur über einen Hauptschulabschluss verfügen, mit zunehmendem Alter stark an. Am höchsten ist dieser Anteil in der Gruppe der über 70jährigen Frauen.

publikum (im Museum: 32%/ in der gesamten Bevölkerung: 21%). Lediglich beim Abitur bzw. der Hochschulreife entsprechen sich die Ergebnisse weitgehend. In unseren Erhebungen macht diese Gruppe 21% aus, in der Gesamtbevölkerung 24%.

Fazit zu diesem Punkt: Die Freilichtmuseen erreichen unter dem Aspekt der Schul- und Bildungsabschlüsse ein breites Spektrum der Bevölkerung. Jedoch gibt es nach wie vor ein ausgeprägtes Übergewicht bei Personen mit Hochschulabschluss. Demgegenüber können zwar recht viele Personen mit Hauptschulabschluss erreicht werden, allerdings ist man noch weit davon entfernt, in etwa die Anteile zu erreichen, die dieser Personenkreis in der Gesamtbevölkerung hat.

Die Ergebnisse der Besucherbefragung 1999 im Vergleich:

Der Anteil der Personen mit Hauptschulabschluss war in den Ergebnissen der Erhebung 1999 deutlich höher (32%), entsprechend dem – gegenüber heute - höheren Anteil dieser Gruppe in der Gesamtbevölkerung. Die Anteile für Personen mit Realschulabschluss sind etwa identisch (29%/ 32%). Bei den Personen mit Abitur machen sich die Anstrengungen im Bildungssystem besonders bemerkbar: Damals war der Anteil lediglich 14%, gegenüber heute 21%. Die Anteile bei den Personen mit Hochschulabschlüssen haben gleichfalls zugelegt, allerdings nicht ganz so stark wie beim Anteil der Abiturienten (1999: 20%/ heute: 26%).



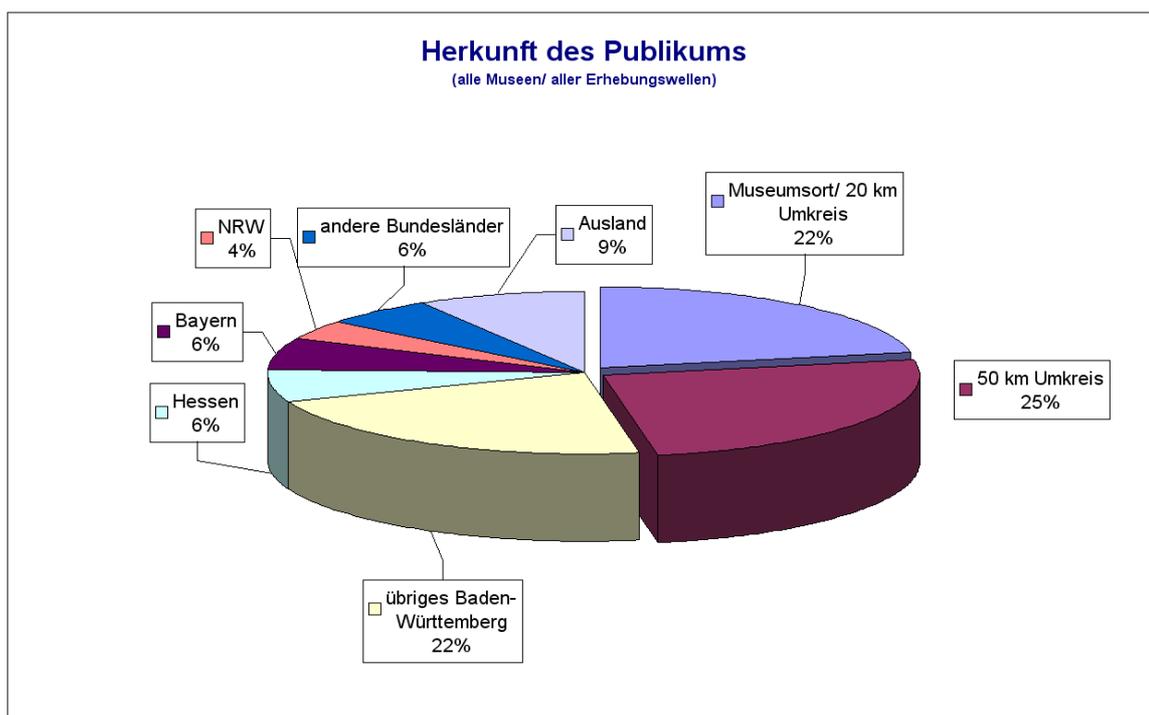
Nutzung anderer Museen

Wir haben das Publikum der Freilichtmuseen weiterhin danach gefragt, wie viel andere Museen sie in den letzten 12 Monaten besucht haben. In der Besucherforschung an den Museen wird dieser Wert als Indikator dafür angesehen, wie weit man es mit einem Publikum zu tun hat, das auch sonst museale Einrichtungen schätzt und insgesamt an Kultureinrichtungen interessiert ist. Die Ergebnisse unserer Besucherbefragungen zeigen hier eine „vermischte“ Bilanz: Rund 30% der Befragten hat in den letzten 12 Monaten drei oder mehr andere Museen besucht, kann also zum stärker museumsinteressierten Publikum gerechnet werden. Andererseits sind ebenfalls rund 30% in den letzten 12 Monaten in gar keinem anderen Museum gewesen, können also mit einiger

¹² Völlig unberücksichtigt geblieben ist dabei, dass es unterhalb der Personen mit Hauptschulabschluss noch eine größere Gruppe ohne jeglichen Schulabschluss gibt. Deren Anteil beträgt 2008 rd. 4%. Es ist jedoch wenig sinnvoll, diese Gruppe als eigene Kategorie in eine Besucherbefragung aufzunehmen.

Berechtigung als museumsfern bezeichnet werden. Den größten Teil der Befragten (41%) machen aber diejenigen aus, die in den letzten 12 Monaten höchstens zwei Mal in einem anderen Museum waren. Zusammengefasst kann man daher festhalten, dass es im Publikum der Freilichtmuseen durchaus auch sonst aktive Museumsnutzer gibt, die große Mehrheit besucht Museen insgesamt jedoch eher selten. Bezüglich des großen Publikumssegments der „Nicht-Besucher“ anderer Museen ist wohl davon auszugehen, dass sich darunter der eine oder andere findet, der in seinem Leben bislang nur in Freilichtmuseen war und niemals sonst ein anderes Museum betreten hat. Das bedeutet in der Konsequenz: Freilichtmuseen haben unter diesem Aspekt in großen Teilen ein spürbar anderes Publikum als Museen sonst. Sie erweitern damit unübersehbar das Publikumsspektrum aller baden-württembergischen Museen.

Dieses Ergebnis ist aber zwischen den Museen keineswegs homogen. Der Anteil derjenigen, die in den letzten 12 Monaten kein anderes Museum betreten haben, ist zwar niemals kleiner als 20%. Aber es gibt einige Museen, in denen der Durchschnittswert deutlich überschritten wird. Das ist das Museumsdorf Kürnbach und das Freilichtmuseen Neuhausen ob Eck, in denen der Anteil dieser eher museumsfernen Personen weit über ein Drittel der Befragten ausmacht. Am anderen Ende der Skala liegt das Odenwälder Freilandmuseum. Hier macht der museumsferne Teil des Publikums nur 21% aus, dafür liegt dieses Museum bei denjenigen Personen, die häufig ins Museum gehen, weit an der Spitze (mehr als drei Mal = 40%). Alle anderen Museen liegen bezüglich dieses Kriteriums eher im Mittelfeld.



Herkunft

Zum besseren Verständnis der Erhebungsergebnisse zu diesem Punkt kann man drei Kategorien bilden: das „Regionalpublikum“, das Publikum „mittlerer Entfernung“ und das „Fernpublikum“.

Zum „Regionalpublikum“ rechnen wir alle Besucher/innen, die (nach eigener Angabe) zum Besuch im Museum höchstens 50 km zurück gelegt haben. Unter dem Gesamtpublikum macht das eindeutig die größte Gruppe aus: Im Schnitt gehört fast die Hälfte der Besucher/innen der baden-württembergischen Freilichtmuseen (48%) zu diesem Segment. Das ist jedoch nur ein Durchschnittswert, der die Realität der einzelnen Museen nur begrenzt wider spiegelt. In Gottersdorf, Kürnbach und Wackershofen trifft dieser Durchschnittswert weitgehend zu; dort kommen tatsäch-

lich rund 50% aller Besucher/innen aus diesem 50km-Nahbereich. Ganz anders sieht die Situation in Beuren und in Wolfegg aus: Dort macht der Anteil des Publikums aus diesem 50 km – Nahbereich fast 80% bzw. fast 70% aus. Wieder anders ist die Situation im Vogtsbauernhof: Dort kommen gerade einmal 18% der Besucher/innen aus maximal 50 km Entfernung. Die anderen kommen z.T. von erheblich weiter her.

Für den Bereich „mittlere Entfernung“ musste im Fragebogen das Kreuz bei der Kategorie „übriges Baden-Württemberg“ gemacht werden. Im Schnitt haben dies 22% der Befragten getan. Allerdings müssen dazu fallweise noch die Werte der Kategorien „Hessen“ und „Bayern“ hinzu gerechnet werden. Je nach Lage des Freilichtmuseums sind auch Besucher/innen aus Hessen (Odenwälder Freilandmuseum) und Bayern (u.a. Bauernhausmuseum Wolfegg) zu diesem „mittleren Bereich“ zu rechnen. Damit dürften – je nach Museum – rd. ein Viertel des Publikums diesem „mittleren Bereich“ zuzurechnen sein.

Zum echten „Fernpublikum“ sind v.a. die Besucher/innen aus NRW, anderen Bundesländern und dem Ausland zu rechnen. Insgesamt kann man festhalten, dass die Freilichtmuseen in Baden-Württemberg im Schnitt rd. ein Fünftel „Fernpublikum“ haben, das entweder direkt wegen des Museums angereist ist oder den Museumsbesuch mit einem Ferienaufenthalt verbindet. Aber auch hier gibt es Abweichungen vom Durchschnitt: Der relativ hohe Anteil an Ausländer/innen¹³ geht weitgehend auf das Konto des Vogtsbauernhofs. Dort macht der Anteil der Ausländer/innen fast 20% aus. Bei den anderen Museen haben nur noch Beuren und Kürnbach einen etwas größeren Anteil vorzuweisen (zwischen 2% bis 3%). In den anderen Museen haben wir praktisch keine Ausländer/innen erfasst¹⁴. Auch Besucher/innen aus anderen Bundesländern sind v.a. im Vogtsbauernhof anzutreffen (21%). Nennenswerte Anteile von diesem Publikumssegment findet man noch in Wackershofen und Wolfegg (rd. 5%) und in Beuren während der Pfingst-Befragungen (7%).

Als Fazit lässt sich festhalten: In den meisten baden-württembergischen Freilichtmuseen rekrutiert sich das Publikum vor allem aus dem regionalen Nahbereich und – in etwas geringerem Umfang – dem mittleren Entfernungsbereich. Echtes „Fernpublikum“ ist dagegen in den meisten Museen nur selten anzutreffen. Oder anders formuliert: Das regionale Konzept der baden-württembergischen Freilichtmuseen hat sich bei der Rekrutierung des regionalen Publikums sehr bewährt.

Die Ergebnisse der Besucherbefragung 1999 im Vergleich:

In der Erhebung 1999 wurde der Wohnort leider nur mit einer offenen Frage erhoben, d.h. der Wohnort und die Postleitzahl wurden in den Interviewbogen handschriftlich eingetragen. Ob diese Eintragungen statistisch ausgewertet wurden und welche Ergebnisse sich dabei ergaben, ist dem Autor nicht bekannt. Daher können die vorliegenden Ergebnisse leider nicht verglichen werden.

¹³ Als Ausländer/innen sind hier Personen von einem Herkunftsort außerhalb Deutschlands gemeint. Hier lebende Ausländer/innen wurden in der Erhebung nicht erfasst.

¹⁴ In der Realität dürfte der Anteil an Ausländern/innen aber etwas höher liegen, da wir in den Museen nur solche Personen erfasst haben, die einen deutschsprachigen Fragebogen ausfüllen konnten. Lediglich im Vogtsbauernhof haben wir auch englisch- und französischsprachige Fragebögen verteilt. Dadurch konnte diese Gruppe dort besser erfasst werden. Unsere Erfahrung war aber auch, dass v.a. Besucher/innen aus den Niederlanden und Dänemark in der Lage und bereit waren, den Fragebogen auf deutsch auszufüllen.



Foto: Vorführung beim „Herbstmarkt“ im Museumsdorf Kürnbach

3. Zum Museumsbesuch

Anfahrt

Fast alle Besucher/innen benutzen für die Anfahrt ins Museum den Pkw. Die Anteile bewegen sich zwischen 86% (Museumsdorf Kürnbach) und 93% (Bauernhausmuseum Wolfegg). Die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs (Bahn/ Bus) liegt nie über 2%. Einzige Ausnahme ist das Hohenloher Freilandmuseum, das über einen eigenen Eisenbahnhaltepunkt verfügt. Diese Möglichkeit ins Museum zu kommen nutzt leider nur 4% des Publikums. Es wäre zu diskutieren, was die Ursachen dafür sind, dass dieses Angebot, mit der Bahn anzureisen, relativ selten wahrgenommen wird. Die Bereitschaft scheint auf jeden Fall da zu sein: In der letzten Erhebungsrunde wurde in den Fragebogen des Schwarzwälder Freilichtmuseums die Frage aufgenommen, ob Interesse da ist – wenn das Museum einen Haltepunkt an der benachbarten Bahnstrecke bekommt – die Eisenbahn zu Anreise zu nutzen. Im Ergebnis gaben immerhin 28% der Befragten an, diese Möglichkeit nutzen zu wollen.

Eine gewisse Bedeutung hat bei einigen Museen auch die Anfahrt per Fahrrad. Immerhin 8% der Befragten gaben im - eben gelegenen - Museumsdorf Kürnbach an, dieses Verkehrsmittel zu nutzen. Im Bauernhausmuseum Wolfegg nutze immerhin 3% des Publikums das Fahrrad, trotz erheblicher Steigungen. Das Museumsrestaurant im Freilichtmuseum Neuhausen scheint – nach der Schilderung unserer Befragterinnen - ein ausgesprochenes Fahrrad-Ziel zu sein. Insgesamt hat man jedoch den Eindruck, dass die baden-württembergischen Freilichtmuseen als Ziel für Radtouren noch nicht „entdeckt“ sind. Hier gibt es einigen Entwicklungsbedarf.

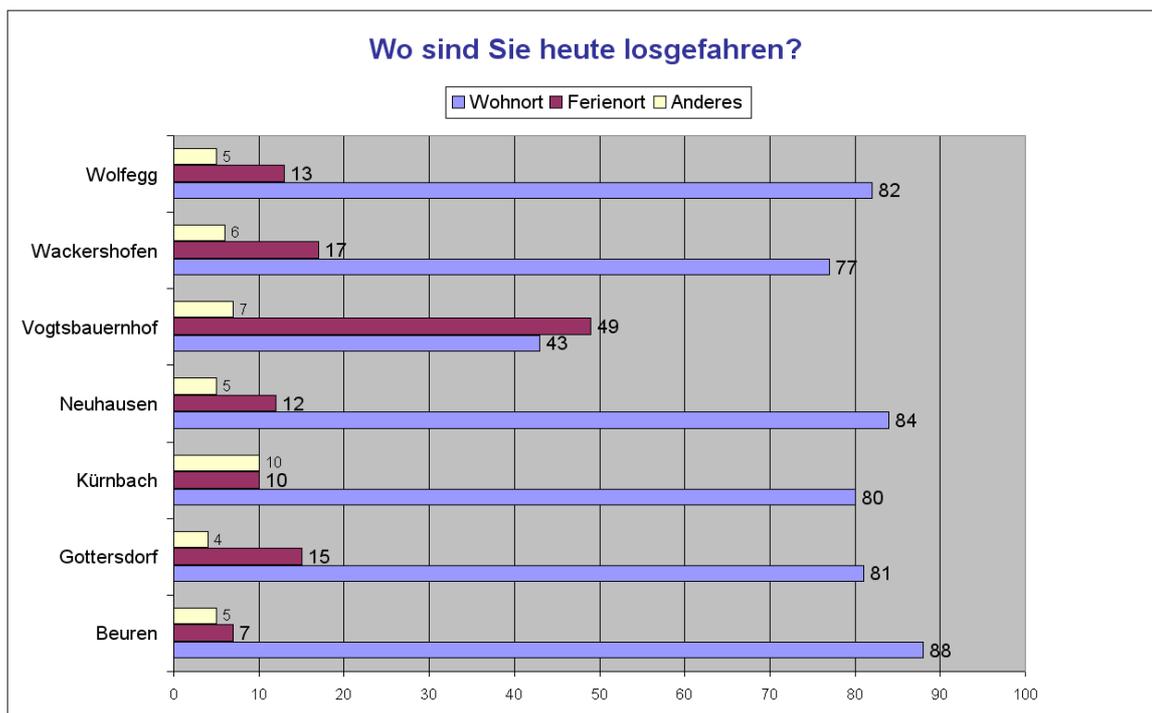
Die Ergebnisse der Besucherbefragung 1999 im Vergleich:

Die Ergebnisse der Erhebung 1999 sind zu diesem Punkt weitgehend identisch: Der Anteil der Pkw-Nutzung ist seit 1999 von 85% auf 89% angestiegen, die öffentlichen Verkehrsmittel wurden auch 1999 nur zu 2% genutzt, die Anfahrt per Rad (und zu Fuß) erreichte 4%.

Dauer der Anfahrt/ Wo wurde die Anreise begonnen?

Im Schnitt ist für die große Mehrheit des Publikums (68%) die Fahrt ins Museum spätestens nach **einer Stunde** beendet. Am geringsten ist dieser Anteil noch im Vogtsbauernhof (51%), besonders viele Personen, die nicht lange ins Museum zu fahren brauchen, trifft man im Freilichtmuseum Beuren und im Bauernhausmuseum Wolfegg (86%/ 83%). Einen nennenswerten Anteil von Besuchern/innen, die eine höchstens **zweistündige Anreise** haben gibt es in Neuhausen und Gattersdorf (19%/ 22%), vor allem aber in Wackershofen und im Vogtsbauernhof (32%/ 38%). Vor allem

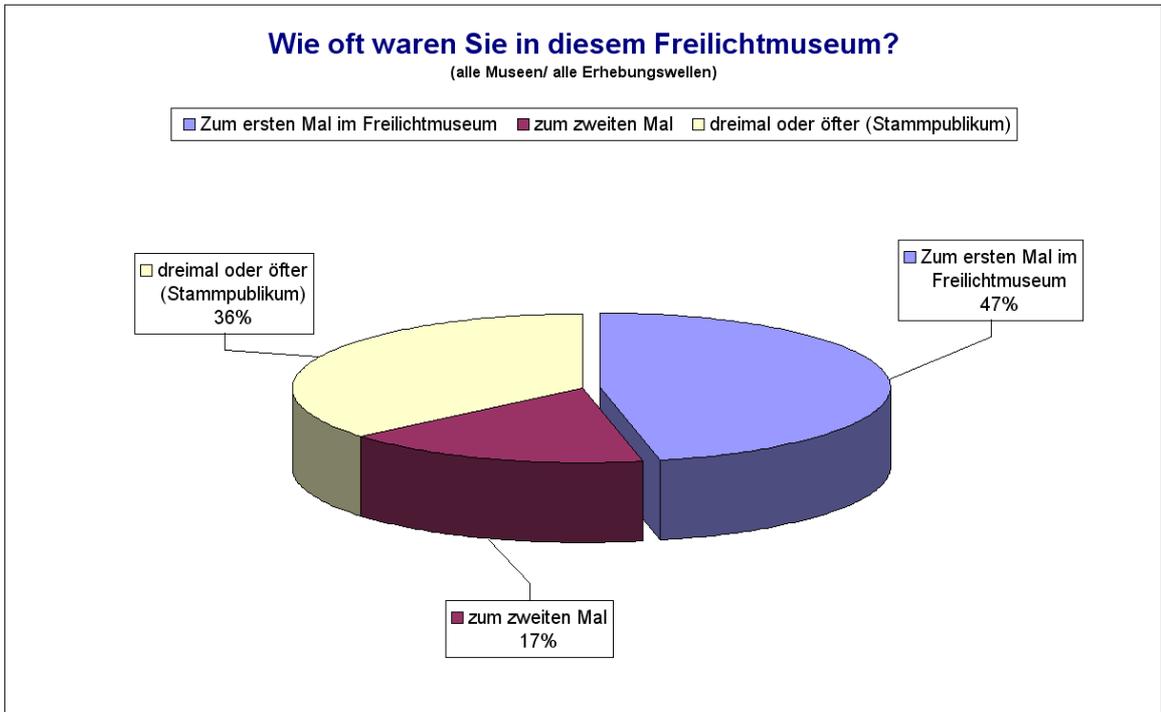
bei den letzten beiden Museen kann man daher sagen, dass sie eine etwas höhere Reichweite bei der Gewinnung ihres Publikums haben.



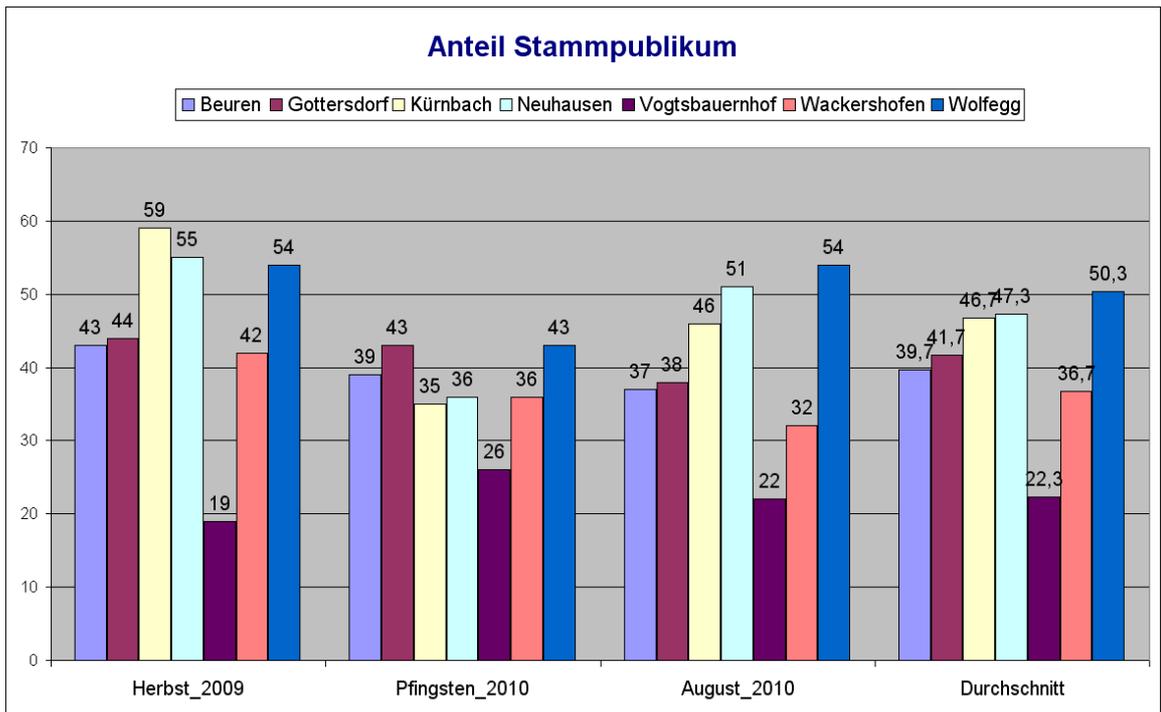
Wo sind die Besucher/innen losgefahren? Rund 68% der Befragten sind vom Wohnort gestartet, 25% sind am Ferienort losgefahren, wobei es bei diesem Wert erhebliche Unterschiede zwischen den Museen gibt. Dieses Ergebnis belegt: Eine zeitlich kurze Anfahrt bedeutet also nicht Unbedingt, dass die Reise ins Museum zu Hause begonnen wurde. Es könnte auch ein nahe zum Freilichtmuseum gelegener Ferienort sein. Das ist jedoch vor allem beim Publikum des Vogtsbauernhofs der Fall: Dort ist der Anteil derjenigen, die vom Ferienort her losgefahren sind, sogar etwas größer als der Anteil derjenigen, die zu Haus losgefahren sind (49%/ 43%). Bei den anderen Museen gibt es durchaus auch Besucher/innen, die morgens an ihrem Ferienort gestartet sind, jedoch sind die Anteile erheblich kleiner als im Vogtsbauernhof (s.u. „touristischer Hintergrund“).

Wie oft waren Sie im Freilichtmuseum?

Erstbesucher/innen: Bei der ausgeprägten regionalen Anbindung der baden-württembergischen Freilichtmuseen könnte man annehmen, dass es sich bei den Besuchern/innen hauptsächlich um Stammpublikum handelt. Das ist jedoch nur mit Einschränkungen bzw. gar nicht der Fall. Im Schnitt sind 47% der Befragten zum ersten Mal in dem jeweiligen Museum. Es handelt sich dabei um einen gewichteten Durchschnittswert, was bedeutet, dass die hohen Besuchszahlen des Vogtsbauernhofs, wo tatsächlich viele Erstbesucher/innen anzutreffen sind (61%), den Wert für die anderen Museen etwas nach oben drückt. Aber auch in Beuren, Wackershofen und Gottersdorf sind weit über 40% der Besucher/innen zum ersten Mal in diesem Museum. Lediglich in Kürnbach, Neuhausen und vor allem in Wolfegg liegen die Werte für Erstbesuch deutlich unter 40%.



Für diesen durchschnittlich hohen Anteil an Erstbesuchern/innen gibt es verschiedene Ursachen: Durch die Werbung über die Tagespresse werden tatsächlich immer wieder neue Besucher/innen gewonnen. Aber auch die Situation des Museumsbesuchs als „soziales Ereignis“ spielt hier eine Rolle: So zeigte sich in den Interviews immer wieder, dass man es mit kleinen Gruppen zu tun hatte (Familienverbände, Freundinnen, Bekannte aus der Nachbarschaft etc.), in denen ein oder zwei Personen zum Stammpublikum zu rechnen waren, diese aber eine oder mehrere Personen mitbrachten, die noch niemals in dem jeweiligen Freilichtmuseum waren. Weil der Besuch im Freilichtmuseum einen interessanten oder unterhaltsamen Nachmittag verspricht, bringt man gern jemand Neues mit, mit dem man dort ein paar Stunden verbringen möchte. Insofern erweist sich das Publikum der Freilichtmuseen als „selbstrekrutierendes System“, das immer wieder neue Besucher/innen gewinnt.



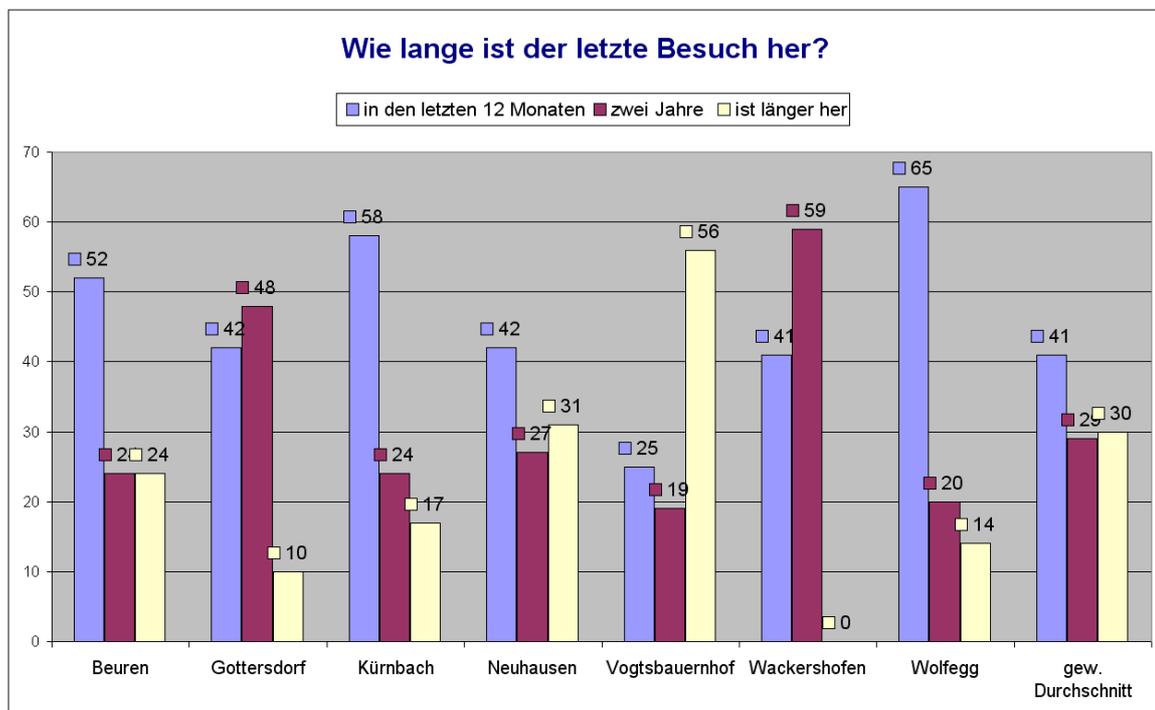
Stammpublikum¹⁵: Demgegenüber scheinen große Museumsfeste nur teilweise zur Gewinnung neuer Besucherschichten zu taugen. Im Bauernhausmuseum Wolfegg oder im Museumsdorf Kürnbach trifft man bei solchen Gelegenheiten vor allem Personen, die schon öfter in diesen Museen waren und ganz gezielt wegen einer (Groß-)Veranstaltung hergekommen sind. Dies geht im Extremfall so weit, dass nur noch an dieser Veranstaltung teilgenommen wird, das Museum selbst und seine Häuser aber nur noch am Rande wahrgenommen werden. So ist es auffällig, dass im Museumsdorf Kürnbach zu Pfingsten, als dort keine größeren Museumsfeste stattgefunden haben, der Anteil des Stammpublikums auf 35% abgesunken und der Anteil an Erstbesuchern/innen steil auf über 50% angestiegen ist.

Der Anteil an Stammpublikum scheint außerdem geradezu ein Unterscheidungsmerkmal für einzelne Museen zu sein:

- Typisch für das Bauernhausmuseum Wolfegg ist ein hoher Anteil an Stammpublikum von über 50% des Publikums.
- Einen immer noch recht hohen Anteil an Stammpublikum von 45% bis 50% weisen das Museumsdorf Kürnbach und das Freilichtmuseum Neuhausen auf.
- Zu den Museen mit einem geringeren Anteil an Stammpublikum (um die 40% und weniger) zählen das Odenwälder Freilandmuseum, das Freilichtmuseum Beuren und das Hohenloher Freilandmuseum Wackershofen.
- Einen nur minimalen Anteil an Stammpublikum (um die 20%) weist das Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof auf. Zu Pfingsten, einem Termin, an dem der Vogtsbauernhof etwas mehr regionales Publikum angezogen hat, war dieser Anteil immerhin auf 28% angestiegen. Demgegenüber war der Anteil an Stammpublikum zu Pfingsten bei allen anderen Museen etwas gesunken. Die Ursache dürfte darin liegen, dass durch den Ausflugstourismus vermehrt Erstbesucher/innen in diese Museen gekommen sind.

Die Ergebnisse der Besucherbefragung 1999 im Vergleich:

1999 war der Anteil der Erstbesucher/innen noch erheblich höher (plus 10%). Das Stammpublikum war demgegenüber 1999 nur rd. halb so umfangreich. An diesem Ergebnis zeigt sich, dass die sieben Museen 1999 noch im Aufbau waren.



¹⁵ Unter Stammpublikum werden hier Personen verstanden, die angaben, mindestens dreimal in dem jeweiligen Museum gewesen zu sein. Dabei ermöglichen die Ergebnisse auf die Frage, wie lange der letzte Besuch zurück liegt, noch eine Differenzierung dieser Gruppe (s.u.).

Wie lange ist der letzte Besuch her?

Das Stammpublikum eines Museums lässt sich noch etwas besser differenzieren, wenn man danach fragt, wie lange der letzte Besuch her ist. Diese Frage hat sich natürlich nur an diejenigen Besucher/innen gerichtet, die schon einmal in dem Museum gewesen waren. Wenn die Mehrheit der Befragten in den letzten 12 Monaten schon einmal im jeweiligen Museum war, sprechen wir von hoher Besucherbindung. Dies war durchschnittlich bei 41% der Befragten der Fall. In einigen Museen liegt dieser Wert noch erheblich höher: Im Bauernhausmuseum Wolfegg (65%), im Museumsdorf Kürnbach (58%) und im Freilichtmuseum Beuren (52%). Die geringste Besucherbindung nach diesem Verständnis weist der Vogtsbauernhof auf (25%), die anderen Museen liegen bei diesem Kriterium um den Durchschnittswert (41%).

Relativ typisch für die Freilichtmuseen ist die Gruppe des Publikums, die zwar schon einmal in dem jeweiligen Museum waren, bei denen der Besuch aber sehr lange her ist. So bekommt man in den Besucherinterviews öfter Antworten wie: „*Oh je, das war glaube ich noch während meiner Schulzeit..!*“. Vor allem bei Freilichtmuseen, deren Besuch in der Grundschulzeit für Schulen der Region obligatorisch ist, trifft man öfter solche Personen. Daher ist der Wert für „ist länger her“ beim Vogtsbauernhof mit 56% besonders hoch. So äußerte eine ältere Frau beim Interview im Vogtsbauernhof auf die Frage, ob sie schon einmal in diesem Museum war: „*Ja, natürlich, bin in Offenburg zur Schule gegangen*“. Aber auch im Freilichtmuseum Neuhausen ist der Anteil der Personen, bei denen der letzte Besuch lange her ist, mit 31% relativ hoch. Von diesen Personen bekommt man dann öfter zu hören, dass sie das Freilichtmuseum beim aktuellen Besuch im Grunde „*neu entdecken*“, weil es sich seit dem letzten Besuch sehr verändert hat.

Dauer des Museumsbesuchs:

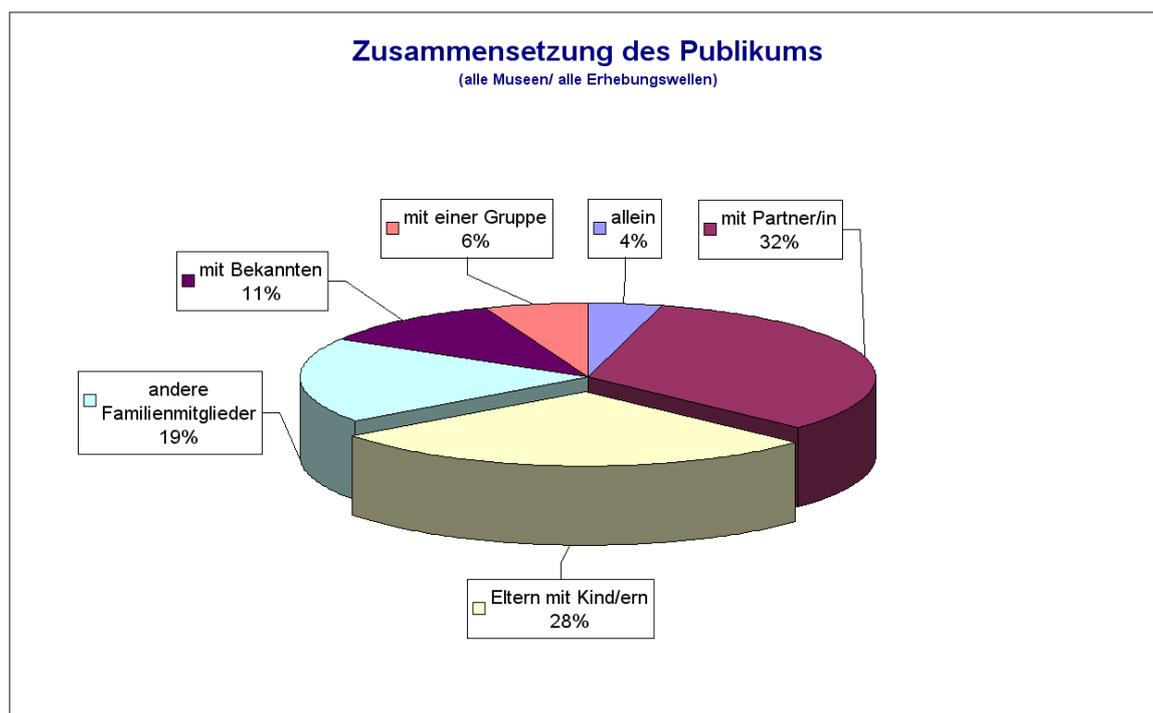
Freilichtmuseen sind dafür bekannt, dass sich das Publikum sehr lange in den Museumsanlagen aufhält. Das trifft auch auf die baden-württembergischen Freilichtmuseen zu: Knapp 40% aller Befragten bleiben länger als drei Stunden im Freilichtmuseum. Allerdings gibt es spürbare Unterschiede von Museum zu Museum, die in erster Linie mit der Größe der Anlage bzw. der Länge der Wege zusammen zu hängen scheinen. Die längsten Besuchszeiten¹⁶ hat das Hohenloher Freilandmuseum aufzuweisen (länger als drei Stunden = 55%). Auch das Freilichtmuseum Neuhausen und das Bauernhausmuseum Wolfegg liegen bei der Kategorie „länger als drei Stunden“ im Schnitt noch weit über 40%. Entsprechend geringer sind die Zeiten für den Vogtsbauernhof mit seiner vergleichsweise „kompakten“ Anlage. Dort geben im Schnitt lediglich 32% an, länger als drei Stunden geblieben zu sein. Aber die Größe der Anlage scheint nicht das einzige Kriterium zu sein: So liegt der Wert für „länger als drei Stunden“ im Herbst beim Museumsdorf Kürnbach lediglich bei 20%. Als Erklärung bietet sich an, dass die Besucher/innen des „Herbstfestes“ weniger lange bleiben (wohl weil Sie während des Festes weniger lange Häuser besichtigen). Im Odenwälder Freilandmuseum ergibt sich mit 22% der niedrigste Durchschnittswert überhaupt. Auch hier scheinen andere Faktoren eine Rolle gespielt zu haben.

Die Ergebnisse der Besucherbefragung 1999 im Vergleich:

Gegenüber der aktuellen Erhebung ergeben sich in der Erhebung 1999 deutliche Abweichungen: Der Anteil der Personen, die länger als drei Stunden geblieben sind war damals im Schnitt nur rd. halb so groß (= 22%). Interessanter Weise ergeben sich aber die Zuwächse kaum in der Gruppe „zwei bis drei Stunden“, die ist mit 43% kaum größer ist als in der aktuellen Erhebung. Die Zuwächse liegen vielmehr in der Gruppe der Besucher/innen, die unter zwei Stunden geblieben sind. Diese Gruppe kommt in der aktuellen Erhebung gerade einmal über 20%. In der Erhebung 1999 macht sie dagegen rd. 31% aus. Die Gründe für diese Verschiebungen könnten darin liegen, dass sich die Freilichtmuseen in der Zwischenzeit sehr verändert haben, und zwar in Richtung auf ein Angebot, das die Besucher/innen länger bindet. Vorfürungen, Feste, Sonderausstellungen etc. bieten dem Publikum so viel, dass sie dafür im Schnitt erheblich länger im Museum bleiben. Hinzu kommt aber sicherlich auch, dass die Anlagen selbst (u.a. neu eröffnete Häuser)

¹⁶ Es handelt sich dabei um die Selbsteinschätzung der Befragten, nicht um real gemessene Zeiten. Das bedeutet: Die Angaben sind nur ein Richtwert, erfahrungsgemäß gibt es stärkere Abweichungen in beide Richtungen. Die Angaben aus dem Fragebogen ermöglichen jedoch auf jeden Fall einen guten Vergleich zwischen den Museen.

inzwischen angewachsen sind bzw. es in den bestehenden Häusern „mehr zu sehen“ gibt. Alle diese Änderungen spiegeln sich jedenfalls deutlich in der aktuellen Statistik wieder.



Mit wem wurde das Museum besucht?

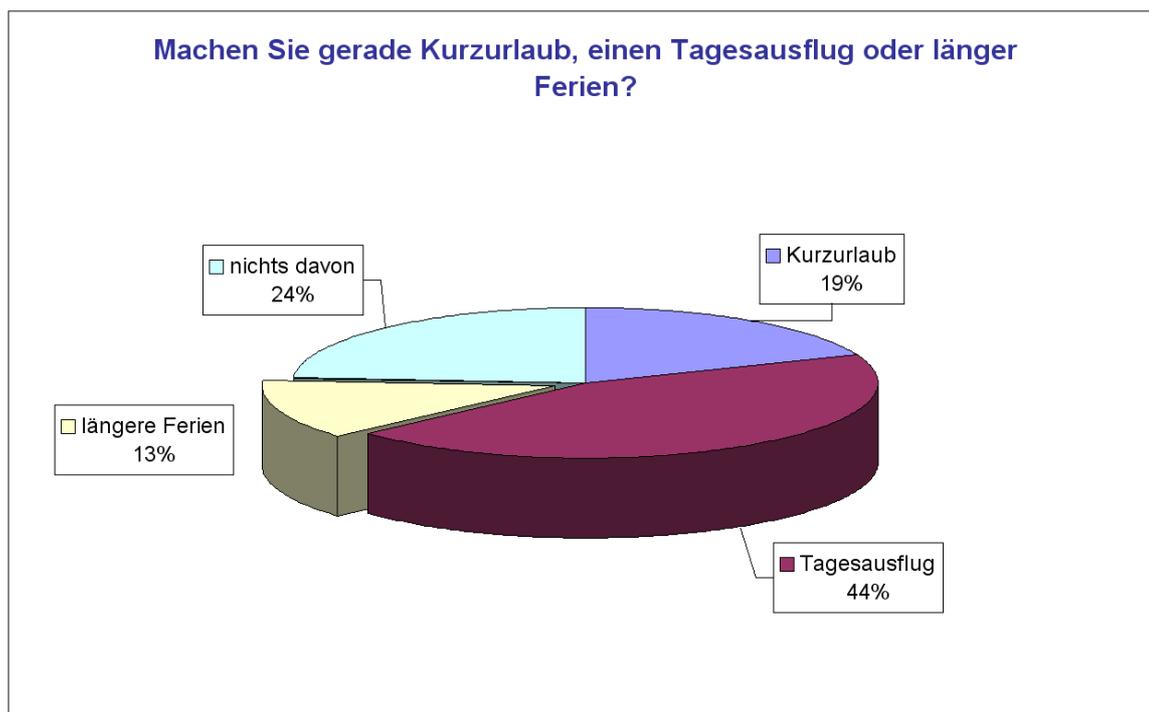
Wie in fast allen anderen Museumstypen auch ist der Anteil der Personen, die das Freilichtmuseum allein besuchen, gering (Durchschnitt: 4%). Die meisten Besuche „allein“ fanden im Odenwälder Freilandmuseum zu Pfingsten statt (9%), das hängt zusammen mit den militärgeschichtlichen Vorführungen. Auch beim „Herbstfest“ im Museumsdorf Kürnbach fanden überdurchschnittlich viele Besuche allein statt. Ansonsten ist diese Art, das Freilichtmuseum zu besichtigen, die große Ausnahme.

Am häufigsten wird das Freilichtmuseum mit dem/der **Partnerin** besucht (im Schnitt 32%), es folgen die **Familienbesuche** mit Kind/ern (28%), dazu zu zählen sind noch andere Familienangehörige (= oft Großeltern), die noch zusätzlich mit ins Museum gekommen sind (19%). Die Gruppenbesuche machen im Schnitt 6% aus, wobei hier einschränkend gesagt werden muss, dass Gruppenbesucher/innen schwer per Fragebogen zu erfassen sind. Daher dürfte der Anteil in der Realität noch um einiges höher liegen.

Im einzelnen: Freilichtmuseen vertreten explizit den Anspruch, ein Ort für die ganze Familie zu sein. Daher soll etwas genauer analysiert werden, wie sich die Anteile von „Familienbesuchern/innen“ über die Zeit und in den sieben beteiligten Museen verteilen. Dabei zeigt sich, dass der Monat, in dem die meisten Familien kommen, der August ist. Jedenfalls stimmt das für fünf der sieben Museen. In Kürnbach und in Neuhausen kommt der Anteil der „Familienbesuche“ im August nahe an 50% heran. So groß ist der Anteil des Familienpublikums in den beiden anderen Erhebungsphasen in keinem der Museen. Das Bauernhausmuseum Wolfegg hat mit 42% zu Pfingsten den höchsten Wert aufzuweisen. Drei Museen bleiben unter 30% (der Vogtsbauernhof, das Museumsdorf Kürnbach und das Odenwälder Freilandmuseum). Das Odenwälder Freilandmuseum hat mit 22% Familien zu Pfingsten den niedrigsten Wert aufzuweisen, im Herbst 2009 hat das Freilichtmuseum Neuhausen mit 17% den niedrigsten Anteil an Familien.

Fazit: Die Freilichtmuseen haben ihren Ruf, „Familienmuseen“ zu sein, durchaus zu recht, jedoch gilt das nicht zu jeder Zeit und auch nicht an jedem Ort. Die Angebotsstruktur scheint dabei eine Rolle zu spielen, sicher auch das Wetter, aber der Besuch im Freilichtmuseum mit der Familie ist auch jahreszeitbedingt. Im August während der Ferienzeit ist es für viele Familien einfach inter-

essanter und leichter, ein Freilichtmuseum zu besuchen. Dies gilt v.a. auch deswegen, weil der Besuch im Freilichtmuseum zunehmend den Charakter eines Tagesausflugs hat (s.u.), der sich während der Ferienzeit leichter organisieren lässt.



Touristischer Hintergrund:

Urlauber im Sinne von „länger Ferien machen“ kommen zwar unter dem Publikum der Freilichtmuseen vor, spielen aber – im Vergleich zu anderen touristischen Nutzungen – mit im Schnitt 13% eine geringere Rolle. Dabei muss zwischen den einzelnen Museen unterschieden werden: In der Kategorie „**längere Ferien**“ hat der Vogtsbauernhof mit 25% eindeutig den größten Anteil. Der Schwarzwald als besondere Tourismusregion und die Nähe zu anderen touristischen „Highlights“ der Region, macht sich hier spürbar bemerkbar. Ansonsten hat das bodenseenahe Wolfegg bei den Personen, die länger Urlaub machen, mit 11% noch einen vergleichsweise großen Anteil. Alle anderen Museen liegen im einstelligen Bereich. Die wenigsten Personen, die gerade längeren Urlaub machen, trifft man im Odenwälder Freilandmuseum und im Freilichtmuseum Beuren an (jeweils nur 3%).

Insgesamt wesentlich üblicher als längere Ferien zu machen ist der **Kurzurlaub** (definiert als Urlaub mit ein oder zwei Übernachtungen). Personen, die gerade diese Art von Urlaub machen, sind durchschnittlich zu knapp einem Fünftel (19%) unter dem Publikum der Freilichtmuseen anzutreffen. Auch hier liegt das Schwarzwälder Freilichtmuseum mit 32% an der Spitze, und auch hier folgen die anderen Museen erst mit einigem Abstand. Die meisten Kurzurlauber hat sonst noch das Hohenloher Freilandmuseum aufzuweisen (19%), auch Gottersdorf und Neuhausen sind in dieser Kategorie recht gut vertreten (17%/ 11%). Die wenigsten Kurzurlauber trifft man im Freilichtmuseum Beuren und – erstaunlicher Weise – im Bauernhausmuseum Wolfegg an (8%/ 6%). Letzteres ist diskussionsbedürftig, da das Bauernhausmuseum bei den „längeren“ Urlaubern recht weit vorn liegt.

In der Mehrzahl der Fälle (gewichteter Durchschnitt: 45%) wird der Besuch im Freilichtmuseum jedoch als **Tagesausflug** verstanden. Das trifft auf alle Museen zu, mit Ausnahme des Vogtsbauernhofs, wo Tagesausflügler mit 30% noch hinter den Kurzurlaubern liegen. Nimmt man den Vogtsbauernhof aus der Rechnung heraus, liegen Tagesausflügler in allen Museen bei über 50%.

Ein noch differenzierteres Bild von der touristischen Bedeutung der baden-württembergischen Freilichtmuseen bekommt man, wenn man das Ergebnis der Frage „**Wo sind Sie heute losgefahren?**“ den Ergebnissen der Frage nach der Art des Urlaubs gegenüberstellt:

Dabei zeigt sich, dass der Anteil der Personen, die **von ihrem Urlaubsort** losgefahren sind, naturgemäß erheblich größer ist, als der Anteil der Personen, die gerade längere Ferien machen. Die Differenzen sind zum Teil erheblich: So zeigt sich beim Vogtsbauernhof, dass durchschnittlich rund ein Viertel des Publikums gerade längere Ferien macht. Den Umfang der touristischen Bedeutung dieses Museums erkennt man aber erst, wenn man dazu die Ergebnisse der Frage nimmt, wo heute die Anfahrt ins Museum begonnen wurde. Dabei zeigt sich, dass im Vogtsbauernhof fast die Hälfte des Publikums morgens im Urlaubsort gestartet ist! Die Differenz ergibt sich zum einen durch den hohen Anteil an Kurzurlaubern (im Vogtsbauernhof teilweise über 30%) und durch einen kleinen Teil an Tagesausflüglern, die ihren Tagesausflug am Urlaubsort begonnen haben¹⁷. In den anderen Freilichtmuseen sind die Unterschiede zwischen den Ergebnissen dieser beiden Fragen ähnlich ausgeprägt: In Wackershofen gaben zwar durchschnittlich nur 7% der Befragten an, gerade längere Ferien zu machen, aber mehr als doppelt so viel (17%!) sind morgens am Urlaubsort losgefahren. Das bedeutet: Auch in Wackershofen ist der Anteil des „touristischen Publikums“ größer, als der erste Blick auf die Statistik vermuten lässt. Selbst im Freilichtmuseum Beuren, das tatsächlich eine relativ geringe touristische Bedeutung besitzt, ist der Anteil derjenigen, die morgens ihren Ausflug ins Freilichtmuseum im Ferienort begonnen haben, immerhin noch 7%. Ausnahmen sind das Bauernhausmuseum Wolfegg und das Museumsdorf Kürnbach: Hier liegen die Ergebnisse beider Fragen relativ dicht beieinander (11%/ 13% bzw. 7%/ 10%). Dieser Befund dürfte sich aus der besonderen touristischen Struktur der beiden Regionen und des Publikums der beiden Museen ergeben. Die genaueren Ursachen erscheinen jedoch diskussionsbedürftig.

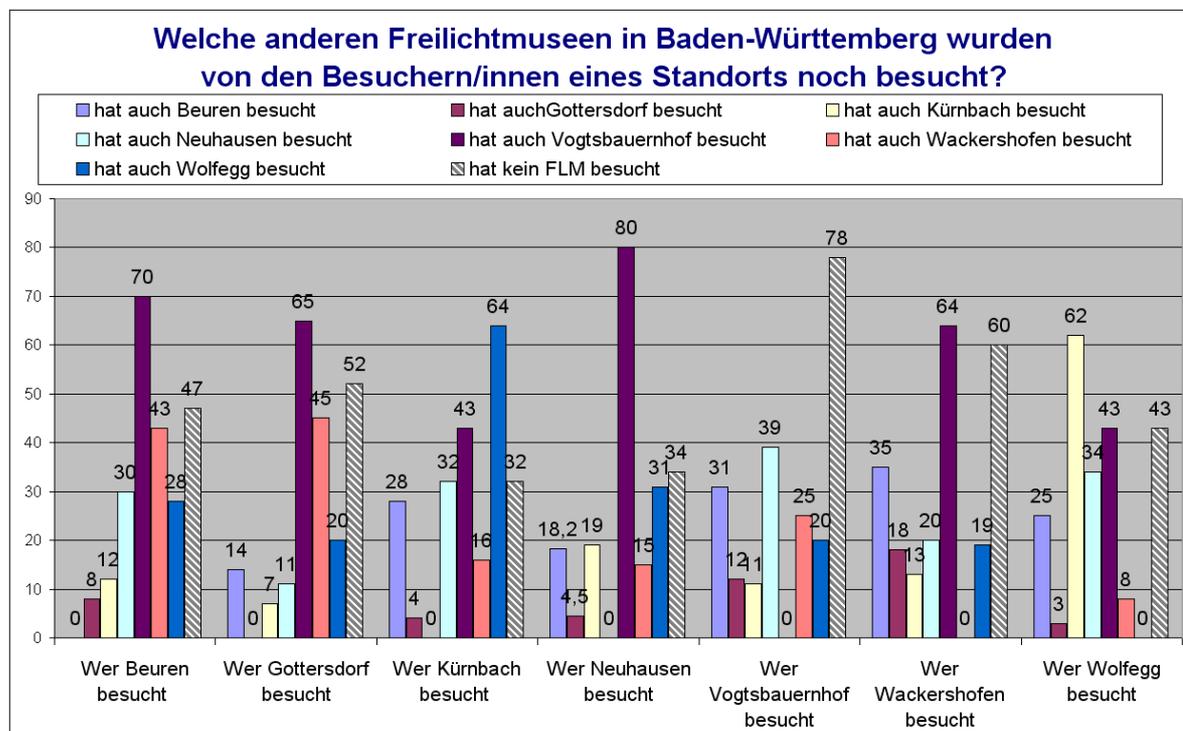
Die hohe Attraktivität und die Breite des Angebots der Freilichtmuseen für touristisches Publikum zeigt sich auch daran, wieweit **der Besuch im Freilichtmuseum mit anderen Aktivitäten verbunden wird**. Die meisten Freilichtmuseen haben andere touristische „Highlights“ in ihrer unmittelbaren Nachbarschaft, allen voran der Vogtsbauernhof, der umgeben ist von weiteren touristischen Anziehungspunkten. Aber auch Beuren (Panoramatherme, Hohenneuffen), Wackershofen (Schwäbisch-Hall), Wolfegg (Allgäu, Bodensee) und das Museumsdorf Kürnbach (Bad Schussenried) haben touristisch interessante Ziele in der Nachbarschaft. Das Bedürfnis des Publikums, diese zusätzlichen Möglichkeiten zu nutzen, hält sich jedoch in Grenzen: Nicht einmal ein Fünftel der Befragten gab an, sich außer dem Freilichtmuseum noch etwas anderes angeschaut zu haben.

Dabei ist dieser Wert als gewichteter Durchschnittswert maßgeblich durch das Ausflugsverhalten der Besucher/innen des Vogtsbauernhofs beeinflusst. Dort hatte tatsächlich über ein Drittel des Publikums noch etwas anderes auf dem Ausflugsprogramm stehen. Bei den anderen baden-württembergischen Freilichtmuseen kommt man zu erheblich niedrigeren Durchschnittswerten: In Kürnbach und Wackershofen sind es lediglich 17%, in Beuren und Wolfegg lediglich 14%. Das bedeutet: In den weitaus meisten Fällen bietet der Besuch im Freilichtmuseen den Familien und anderen Besuchern/innen so viel, dass dies völlig ausreicht, einen kompletten Ausflugstag damit zu bestreiten. Gerade in den flächenmäßig großen Freilichtmuseen wie Wackershofen und Neuhausen haben wir bei Interviews am Ende des Tages öfter gesagt bekommen, dass man auch nicht ansatzweise so viel „geschafft“ hat, wie man sich vorgenommen hat und deswegen noch einmal wieder kommen möchte, um „den Rest“ zu sehen.

Gibt es eine „typisch touristische“ Art, ein Freilichtmuseum zu besuchen? Man trifft gelegentlich auf Besucher/innen, die das Angebot der Museen weniger intensiv nutzen: Bei der Besuchsdauer (s.o.) zeigte sich, dass rund ein Fünftel des Publikums das Museum spätestens nach zwei Stun-

¹⁷ Die Ergebnisse dieser Fragen machen die ganze Vielfalt aktueller Urlaubsgewohnheiten sichtbar: So ergab sich bei der August-Befragung im Vogtsbauernhof, dass 13% aller Kurzurlauber und 9% aller Personen, die gerade längere Ferien machen, an ihrem Heimatort losgefahren sind („Urlaub zu Hause“). Der Anteil der Tagesausflügler, die im Urlaubsort gestartet sind, beträgt rd. 8%, die anderen haben ihren Tagesausflug zu Haus gestartet.

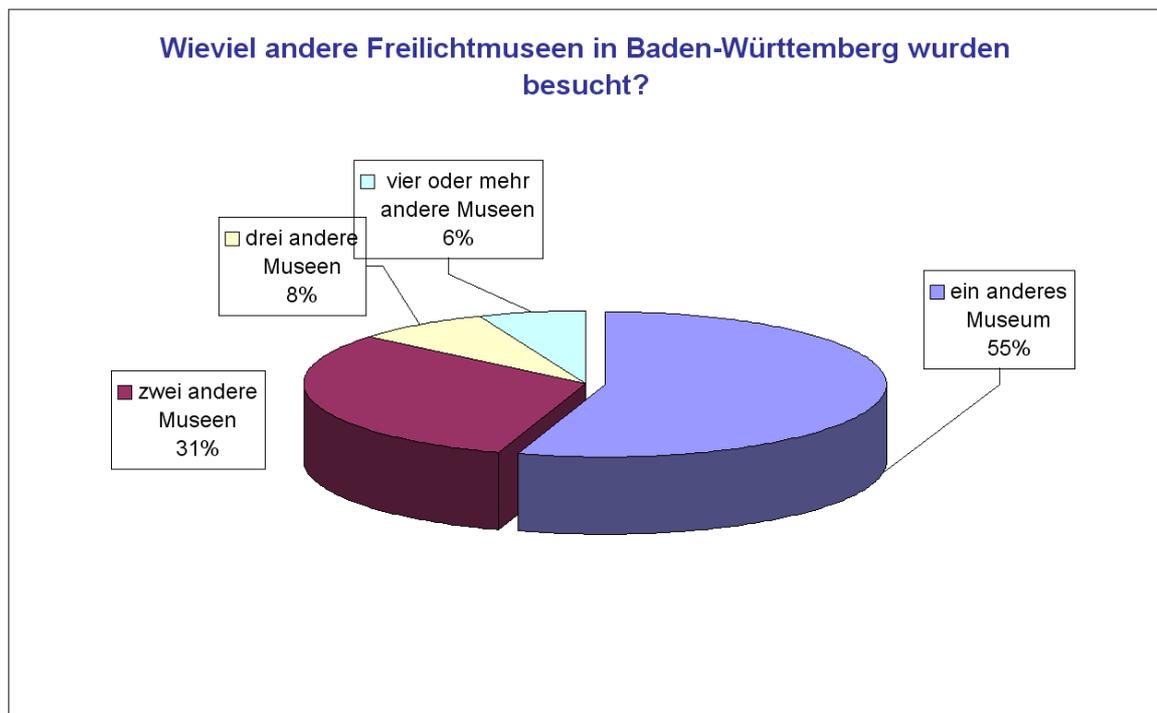
den wieder verlassen hat. Das sind z.T. Personen, die so spät gekommen sind, dass sie gar nicht länger bleiben konnten. Aber das sind auch Personen, die ein etwas anderes Besuchsverhalten an den Tag legen: Sie kommen evtl. schon von der Besichtigung eines anderen touristischen Zieltes, schlendern in relativ kurzer Zeit durch das Freilichtmuseum und fahren dann weiter, um sich noch etwas anderes anzuschauen. Diese Art das Freilichtmuseum zu nutzen kommt vor, am häufigsten im Vogtsbauernhof, aber auch in anderen Freilichtmuseen trifft man gelegentlich auf Personen, die sich nur kurz die dortigen „Highlights“ angeschaut haben und dann weiter fahren. Aber das ist eine Minderheit. Die „typischen“ Besucher/innen des Freilichtmuseums beschäftigen sich erheblich länger mit der Anlage und nutzen die Angebote intensiver.



Besuch anderer baden-württembergischer Freilichtmuseen:

Die Arbeitsgemeinschaft der baden-württembergischen Freilichtmuseen versteht sich auch als Werbe- und Marketingverbund, der als einheitliche Marke („die Sieben aus dem Süden“) das Publikum zum Besuch aller sieben Museen gewinnen möchte. In der Praxis zeigt sich dies daran, dass in jedem der sieben Museen die Werbeflyer für die anderen Museen und den gesamten Verbund für das Publikum ausgelegt und dort – so weit wir dies einschätzen können – auch gern mitgenommen werden. Ein Anliegen an unsere Erhebung war daher zu klären, wieweit dieser Anspruch der Arbeitsgemeinschaft eingelöst wird oder ob die Publika der einzelnen Museen, trotz der Werbebemühungen, doch mehr oder weniger unter sich bleiben. Daher haben wir in den Fragebögen danach gefragt, welche anderen baden-württembergischen Freilichtmuseen noch besucht worden sind. Die Ergebnisse zeigen: Dieser Anspruch wurde recht gut eingelöst, allerdings nur teilweise und recht ungleichmäßig. Im Durchschnitt hat ziemlich genau die Hälfte des Publikums aller Museen mindestens ein weiteres baden-württembergisches Freilichtmuseum besucht. In vielen Fällen (45%) wurde jedoch nicht nur ein weiteres Museum besucht, sondern zwei, drei oder mehr. Es gibt auch einzelne Personen, die tatsächlich alle sieben Museen besucht haben. Bei den Besucherinterviews sind wir gelegentlich auf solche Personen gestoßen. Beschrieben wird, dass ganz gezielt alle Freilichtmuseen in Baden-Württemberg (und darüber hinaus) bereist werden. So ein älteres Paar in Wackershofen: „Seit wir auf Rente sind haben wir ein Wohnmobil gekauft und reisen damit der Reihe nach in alle Freilichtmuseen, vor allem dahin, wo man auf

dem Parkplatz gut übernachten kann“.¹⁸ Es gibt also durchaus einen Personenkreis, den man als „Freilichtmuseumstouristen“ bezeichnen könnte.



Im einzelnen: Der o.a. Durchschnittswert spiegelt die Realität der einzelnen Museen nur teilweise wider:

- Im Freilichtmuseum Beuren und im Odenwälder Freilandmuseum hat tatsächlich rd. die Hälfte des Publikums bereits andere Freilichtmuseen in Baden-Württemberg besucht.
- Im Vogtsbauernhof dagegen ist dieser Wert erheblich niedriger (rd. 22%). Die Gründe dafür dürften zum einen im überregionalen Einzugsbereich des Vogtsbauernhofs liegen; also: Besucher/innen aus anderen Bundesländern oder aus dem benachbarten Ausland haben eher selten andere Freilichtmuseen in Baden-Württemberg besucht.
- Das gilt mit Abstrichen auch für das Publikum des Hohenloher Freilandmuseums. Dort hat lediglich rd. 40% des Publikums ein anderes Freilichtmuseum in Baden-Württemberg besucht.
- Am höchsten ist die Quote dagegen im Museumsdorf Kürnbach und im Freilichtmuseum Neuhausen: Das Publikum dieser beiden Museen hat in rd. 75% aller Fälle bereits mindestens eines der sechs anderen Museen besucht. Die Ursache für diese hohe Quote könnte u.a. darin liegen, dass in dieser Region andere Freilichtmuseen relativ leicht und schnell erreichbar sind.

Welche **anderen Freilichtmuseen** werden von den Besuchern der einzelnen Standorte jeweils besucht? Hier gilt: Die überragende touristische Bedeutung des Vogtsbauernhofs macht sich auch bei den Ergebnissen dieser Frage bemerkbar; und: es gibt regionale Präferenzen. Bei fünf Museen ist in mindestens 60% aller Fälle der Vogtsbauernhof das am meisten besuchte „andere“ Freilichtmuseum. Das gilt sogar für das – relativ weit und am Rande gelegene – Odenwälder Freilandmuseum. Lediglich im Museumsdorf Kürnbach wird das Bauernhausmuseum Wolfegg am häufigsten genannt. Hier macht sich die regionale Nähe bemerkbar. Im Vogtsbauernhof wird zu 40% das Freilichtmuseum Neuhausen als weiteres Museum am häufigsten besucht. Bei denjenigen Museen, bei denen der Vogtsbauernhof auf Platz 1 steht, folgen dann auf den weiteren Plätzen stets die regional am nächsten gelegenen Museen, etwa: Im Freilichtmuseum Beuren das

¹⁸ Dieser Fall, dass Besucher/innen mit dem Wohnmobil auf den Parkplätzen der Museen übernachten, scheint gar nicht so selten vorzukommen. Einzelne Personen haben uns darüber berichtet, dass einschlägige Reiseführer für „Reisemobilisten“ solche Museen explizit anführen. Es ist daher zu überlegen, wieweit Möglichkeiten existieren (WC/ Waschräume!), dieser Gruppe gezielt Angebote zu machen.

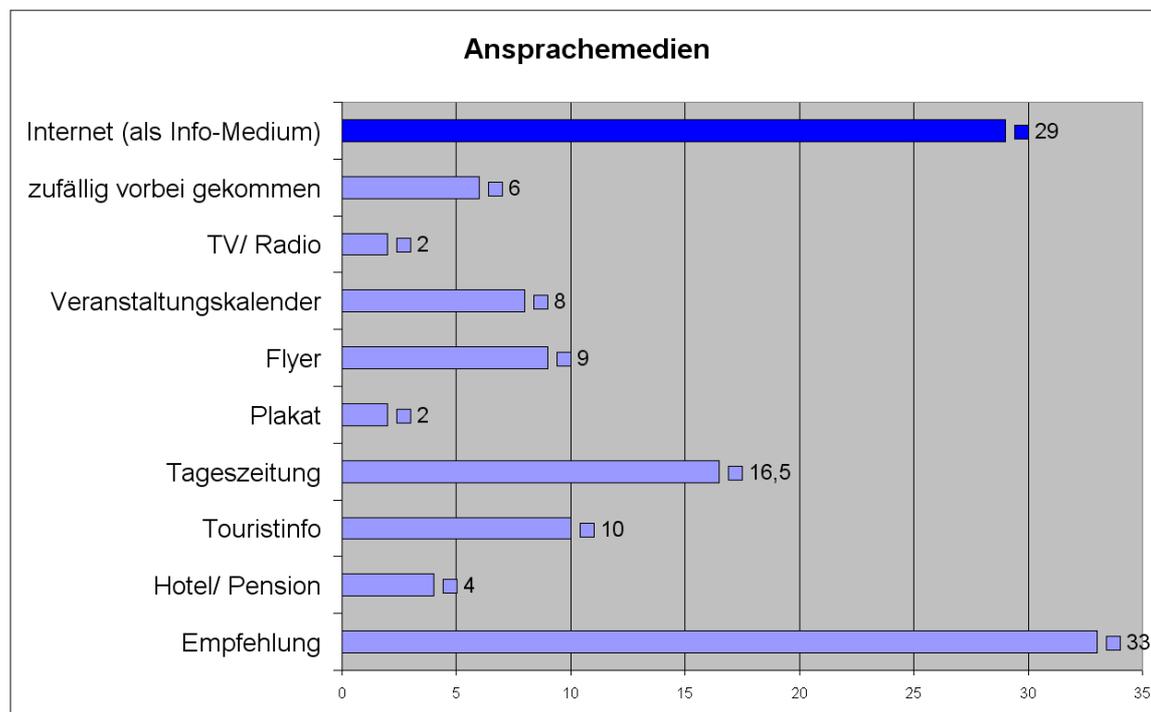
Hohenloher Freilandmuseum (zu rd. 40%); oder wer das Hohenloher Freilandmuseum besucht hat auch Gottersdorf besucht (zu rd. 45%).

4. Anlässe und Motive für den Besuch im Freilichtmuseum

Wirksamkeit von Ansprache- und Werbemedien:

Bei der Werbung und Ansprache des Publikums steht die **Empfehlung durch Bekannte/ Verwandte** mit durchschnittlich 33% eindeutig auf Platz 1. Das ist allerdings ein Befund, der nicht besonders spezifisch für Freilichtmuseen ist. Ähnliche Werte findet man auch bei Besucherbefragungen in anderen Museumstypen. Das bedeutet: Andere Werbemedien sind zwar keineswegs überflüssig, aber die Empfehlung durch jemanden, den man kennt und dem man vertraut, hat in den Freilichtmuseen wie auch in anderen Museen eine überragende Bedeutung.

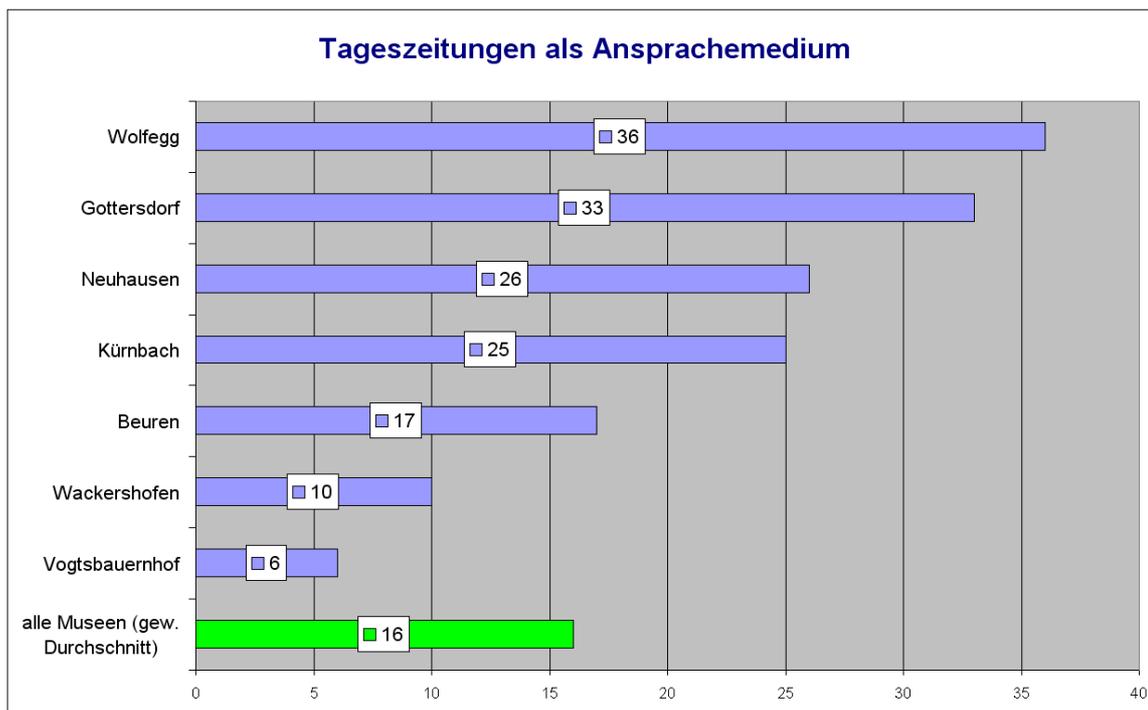
Dabei gibt es sowohl von Museum zu Museum als auch zwischen den drei Erhebungsphasen ein teilweise abweichendes Bild: Besonders ausgeprägt ist der „Faktor Empfehlung“ in allen drei Erhebungsphasen im Hohenloher Freilandmuseum (Durchschnittswert: 42%!), im Freilichtmuseum Beuren findet man in der ersten und zweiten Erhebungsphase eher durchschnittliche Werte für „Empfehlung“ (rund 30%), in der dritten Erhebungsphase geht dieser Wert dann steil hoch auf 42%. Über die Gründe wäre zu diskutieren. Auf jeden Fall wird deutlich, dass das Freilichtmuseum Beuren im Herbst, zu Pfingsten und im Sommer sein Publikum teilweise auf unterschiedliche Weise rekrutiert. Am wenigsten wirksam wird die Empfehlung als Werbemedium für den Museumsbesuch im Bauernhausmuseum Wolfegg; dort finden wir mit 21% in den ersten beiden Erhebungsphasen den niedrigsten Wert in der Erhebung¹⁹.



Die **touristischen Ansprachemedien** spielen – entsprechend der zunehmenden touristischen Bedeutung der Freilichtmuseen – eine nicht zu unterschätzende Rolle bei der Gewinnung von Publikum. Das gilt weniger für die Empfehlung durch Hotels und Pensionen. Hier ist der Durch-

¹⁹ Was nicht unbedingt heißt, dass das Bauernhausmuseum nicht empfohlen wird. Eine größere Rolle dürfte hier das Medium „Zeitung“ spielen, weil das Bauernhausmuseum sehr stark auf besondere Veranstaltungen setzt, die entsprechend in der Tagespresse angekündigt werden.

schnittswert mit knapp 4% in der Tat ziemlich gering. Aber die verschiedenen Einrichtungen zur Information von Touristen vor Ort („Tourist-Infos“) spielen durchaus eine wichtige Rolle und dies schlägt sich auch in den statistischen Werten nieder. Dies gilt natürlich vor allem für den Vogtsbauernhof. Dort wird fast ein Fünftel des Publikums auf diesem Wege gewonnen. Aber auch die Werte bei einigen anderen Freilichtmuseen machen erkennbar, dass dieser Anspruchsweg an Bedeutung gewinnt. Im gewichteten Mittel beträgt der Anteil der Tourist-Informationen an der Gewinnung des Publikums fast 10%. Im Museumsdorf Kürnbach sind es im Schnitt 9%, in Wackershofen und auch in Gottersdorf durchschnittlich 7%. Das sind Werte, die zumindest die Tendenz aufzeigen, dass auch andere Freilichtmuseen einen touristischen Hintergrund entwickeln. Diese Werte ließen sich sicherlich noch durch gezielte Multiplikatorenangebote steigern (etwa für Counter-Personal in den Tourist-Büros oder für Zimmeranbieter vor Ort). Hier gibt es noch einigen Entwicklungsbedarf.



Veranstaltungskalender und **Flyer** sind in etwa zu gleichen Teilen (rd. 8%) an der Gewinnung vom Publikum beteiligt. Die Veranstaltungskalender haben in dem Maße an Bedeutung gewonnen, in dem die Freilichtmuseen besondere Angebote und Aktionstage eingeführt haben. Gerade das regionale Publikum scheint sich für solche Termine gern über die Veranstaltungskalender zu informieren. Auch die Flyer der Museen sind in ihrer Werbewirkung nicht zu unterschätzen: In einigen Museen (Museumsdorf Kürnbach, Freilichtmuseum Beuren) liegen die Werte für die Werbung des Publikums durch Flyer im zweistelligen Bereich. Unterstützend für die Wirkung der Flyer ist außerdem, dass diese in allen sieben am Verbund beteiligten Museen in den Eingangsbereichen vorrätig gehalten werden und dort vom Publikum mitgenommen werden können. Wie groß die Anteile tatsächlich sind, ist schwer abzuschätzen. Jedenfalls wurde in den Besucherinterviews häufiger geäußert, man habe den Flyer von diesem Museum beim Besuch in einem anderen Freilichtmuseum entdeckt.

Durch die hohe Veranstaltungsdichte in den Freilichtmuseen gewinnt auch die **Tageszeitung** zunehmend Bedeutung als Werbemedium. Im Schnitt liegt der Anteil der Besucher, die ihr Kreuz bei „Tageszeitung“ gemacht haben, inzwischen bei beachtlichen 16%. Wir haben diesen Wert noch für die einzelnen Museen aufgeschlüsselt (s. Abb.). Dabei erwies sich, dass der Durchschnittswert ein sehr unzutreffendes Bild von der Realität liefert. Tatsächlich gibt es gerade bei der Wirkung der Tagespresse enorme Unterschiede zwischen den einzelnen Museen. Während Wolfegg und Gottersdorf über ein Drittel liegen, erreichen Wackershofen und der Vogtsbauernhof noch nicht einmal 10%. Auch dieses Ergebnis ist wieder ein Beleg dafür, in welchem Umfang in einzel-

nen Museen Publikum durch spezielle, in der Presse angekündigte Veranstaltungen gewonnen wird. Entsprechend dominiert dann die Tagespresse (und mit Abstrichen auch der Veranstaltungskalender) als Werbemedium. Das hat unter anderem zur Folge, dass das Bauernhausmuseum Wolfegg, wo die Tageszeitung ein besonders wichtiges Ansprachemedium ist, mit 21% den niedrigsten Wert für „Empfehlung“ in der ganzen Erhebung aufweist.

Das **Internet** wird durchschnittlich von rd. 30% des Publikums zur Information über Freilichtmuseen genutzt. Allerdings muss hier unterschieden werden zwischen dem Internet als Werbemedium und als Informationsmedium. Der obige Wert bezieht sich auf das Internet als Informationsmedium, d.h. man schaut vor dem Besuch des Museums auf dessen Website nach, um sich näher zu informieren und einen Eindruck vom Gebotenen zu bekommen. Die eigentliche Besuchsentscheidung ist jedoch i.d.R. schon vorher gefallen. Dabei haben dann andere Ansprachemedien eine Rolle gespielt. Insgesamt erweist sich das Internet zwar als wichtiges Medium für die Öffentlichkeitsarbeit eines Freilichtmuseums, man darf dabei jedoch nicht übersehen, dass nach wie vor die große Mehrheit des Publikums das Internet nicht zur Information nutzt. Das sind zu größeren Teilen regionale Besucher/innen, die „ihr“ Freilichtmuseum ohnehin zu kennen glauben. Das waren bislang Touristen, die im Urlaub keinen Zugang zum Internet hatten. Diese Situation dürfte sich in Zukunft aber mit der Durchsetzung der Smartphones verändern.

Überhaupt scheint in diesem Bereich mit der Einführung des sogenannten Web 2.0 einiges Neues zu entstehen, so etwa neue, auch internetgestützte „Audio- und Videoführungen“ per Smartphone etc. Das ist z.T. sicherlich noch in den Anfängen, wäre aber gerade für Freilichtmuseen eine Entwicklung, die man beobachten sollte und in Zukunft nutzen könnte. Im Internet²⁰ wird von einer amerikanischen Besucherbefragung berichtet, die zeigt, dass – zumindest im Kunstmuseum – die Akzeptanz von sogenannten „Smartphone-Guides“ steigt. Mittelfristig wird die Möglichkeit erkennbar, Audioguides durch solche „Smartphone-Guides“ abzulösen, die neben einer Audioführung auch die Möglichkeit bieten, Fotos und Videoclips einzuspielen und auf weiterführende Informationen aus dem Internet zurück zu greifen.

Die Ergebnisse der Besucherbefragung 1999 im Vergleich:

Gegenüber 1999 gibt es einige Verschiebungen: Der Wert für Empfehlung war rd. 10% niedriger, was auf eine geringere Bekanntheit der Freilichtmuseen vor rd. 10 Jahren hindeutet. Die Tagespresse war etwa auf dem gleichen Level (18%), aber TV/ Radio hatten eine erheblich größere Bedeutung (damals: 11%). Hier machen sich evtl. veränderte Hör- und Sehgewohnheiten bemerkbar.

²⁰ Im „Culture to Go – Blog“ wird der Frage nachgegangen, ob die Besucher von Museen überhaupt bereit sind, ihre Mobiltelefone als Museum-Guides einzusetzen. Die Ergebnisse einer umfangreichen Besucherbefragung, die das San Francisco Museum of Modern Art durchgeführt hat, deuten darauf hin, dass die Akzeptanz für diese Lösung deutlich gestiegen ist. Näheres unter: <http://blog.culture-to-go.com/2010/09/16/akzeptanz-von-smartphone-guides-im-museum-steigt/> (Datum: 16.9.2010)



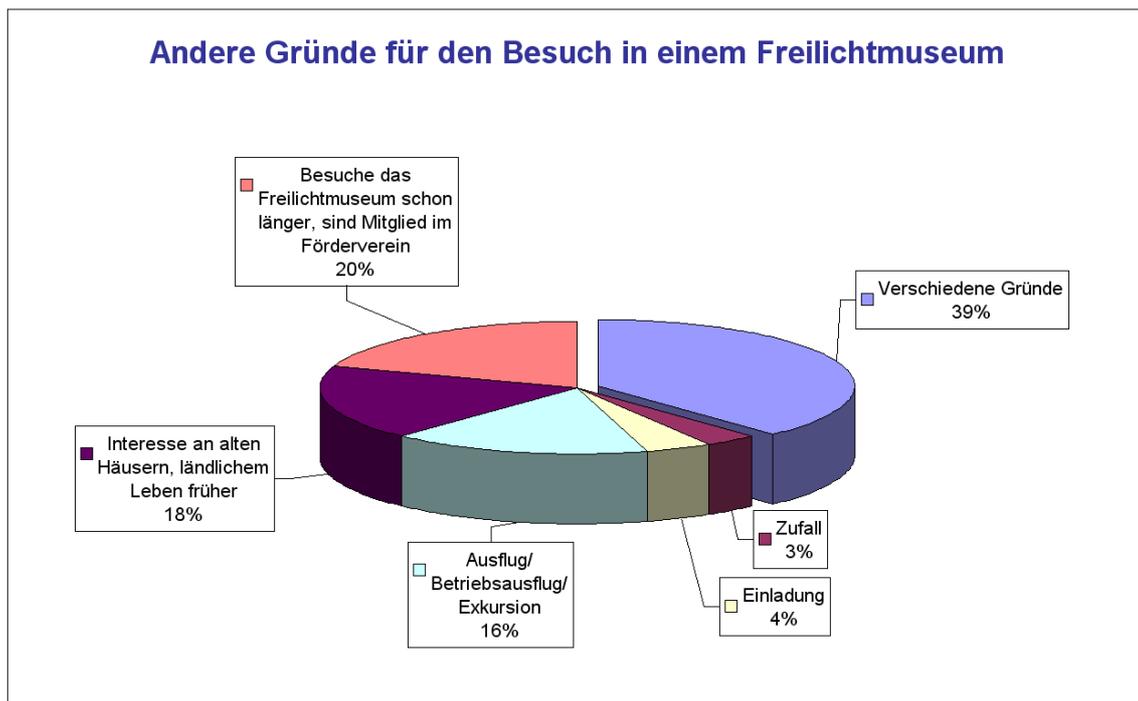
Besuchsgrund Tiere (Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof)

Andere Besuchsgründe:

Es gibt eine Vielzahl ganz verschiedenartiger Gründe, ein Freilichtmuseum zu besuchen. Im Fragebogen gibt es in der Frage danach, wie jemand auf das besuchte Museum aufmerksam geworden ist, als letzte Kategorie „Sonstiges“. Wenn „Sonstiges“ angekreuzt wurde, konnte auch eingetragen werden, was diese „sonstigen Besuchsgründe“ waren. Viele Besucher/innen haben hier etwas eingetragen. Fasst man diese Eintragungen zusammen und quantifiziert sie, so ergibt sich das im Diagramm (s.u.) dargestellte Bild:

- Recht viele Personen tragen als Besuchsgrund ein, dass sie das Museum **schon länger kennen**, also öfter dort waren und deswegen immer mal wieder auf einen Besuch herein schauen. Das sind in der Regel (Stamm-)Besucher/innen aus der Region, gelegentlich trifft man jemanden, der Mitglied des Freundeskreises oder des Fördervereins des Museums ist und zu zahlreichen Gelegenheiten vor Ort war, auch um mit zu helfen oder eine handwerkliche Vorführung anzubieten („Gemüseintopf kochen“).
- Gelegentlich werden in die Fragebögen an dieser Stelle auch **inhaltliche Besuchsgründe** eingetragen (18%), wie etwa das Interesse an alten Häusern oder am bäuerlichen Leben der Menschen früher. Einige Besucher/innen kommen auch, weil sie sich für etwas Spezielles interessieren (s.u. „sonstige Besuchsgründe“). Solche inhaltlichen Interessen werden zwar immer wieder vermerkt, sind aber - verglichen mit der Häufigkeit anderer hier genannter Gründe - für den Museumsbesuch eher weniger relevant. Die Situation sieht etwas anders aus, wenn man gezielt inhaltliche Erwartungen im Fragebogen in einer geschlossenen Frage direkt zum Ankreuzen abfragt. Wir gehen darauf unten noch ausführlich ein.
- Eine recht große Bedeutung (16%) haben schließlich **Betriebsausflüge und andere Ausflüge** bzw. Exkursionen unterschiedlichster Art. Im Sommer werden öfter Ausflugs- und Wandergruppen genannt, die einen Zwischenstopp im Freilichtmuseum (und seinem Restaurant) gemacht haben; im Herbst wurde öfter als Besuchsgrund eingetragen, dass man gemeinsam auf das Fest gehen wollte. Es gab sogar gemeinsame Geburtstagsfeiern im Museum („der Großvater feiert heute hier seinen 79. Geburtstag“) oder Treffen von ganzen Lehrerkollegien.
- Je nach Lage des Museums gibt es durchaus Personen (im Durchschnitt 3%), die **zufällig** vorbei gekommen sind. Vor allem das Museumsdorf Kürnbach und der an der Bundesstraße gelegene Vogtsbauernhof haben einen größeren Anteil an Zufallsbesucher/innen.

- Und dann gibt es noch eine Vielzahl ganz **unterschiedlicher Gründe**, ein Freilichtmuseum zu besuchen, die sich zu immerhin fast 40% aller Eintragungen aufsummieren. Unter dieser Kategorie kommt ganz Verschiedenes zusammen: Gerade bei den Sonderveranstaltungen („Traktorentreffen“) findet man echtes „Fachpublikum“, also Personen, die mit einem besonderen Anliegen ins Museum gekommen sind (etwa: „*Habe selbst einen Lanz Bulldog und wollte mir das Vorgängermodell anschauen*“). Oder zur Schau alter landwirtschaftlicher Geräte kommen Sammler, die sich dort näher informieren wollen. Für Eltern ist die entspannte Situation mit ihren Kindern ein wichtiger Besuchsgrund („*Wenn es Tiere zu sehen gibt, ist die Laune gerettet!*“). Schließlich finden sich öfter Besucher, die nicht so sehr aus eigenem Interesse gekommen sind, sondern aus einer gewissen Loyalität der Familie und/ oder dem Partner gegenüber. Dann findet man Eintragungen wie: „*Meine Frau wollte hierher kommen!*“, oder kurz und knapp: „*Ich musste mit!*“. Letzteres findet man gelegentlich als Kommentar von Jugendlichen.



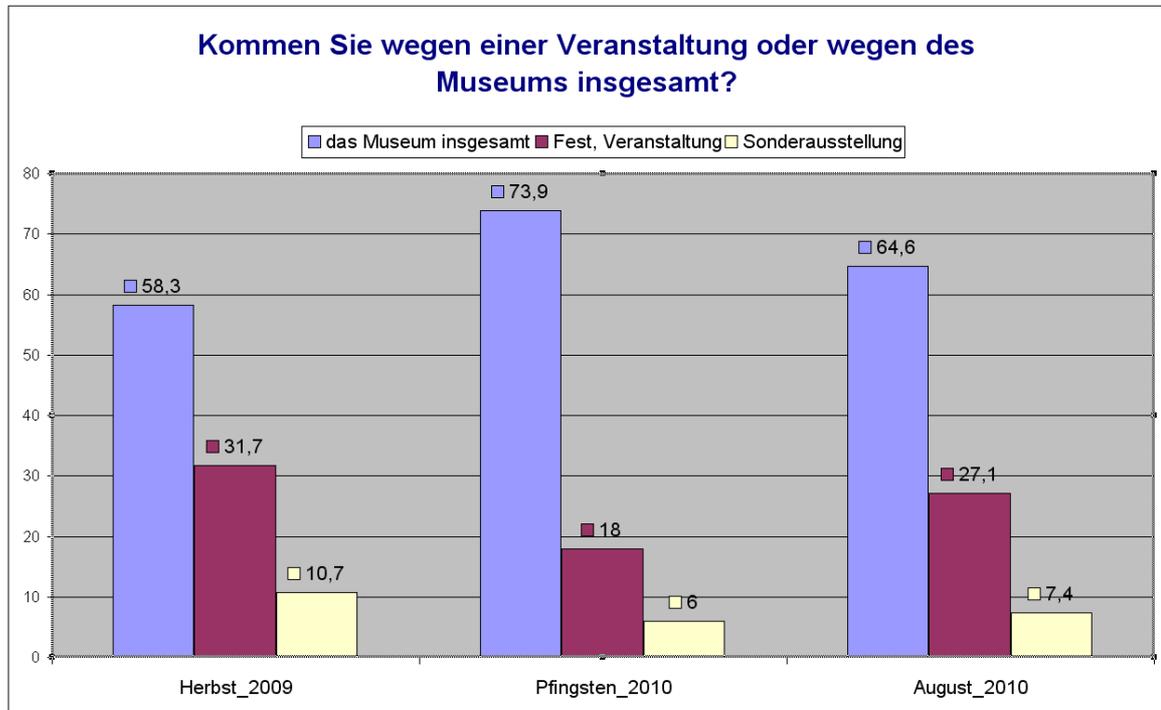
Kommt das Publikum eher wegen **besonderer Aktionen oder Feste** oder vor allem wegen des **Museums insgesamt**?

Das Ergebnis zu dieser Frage belegt eindeutig: Feste und Veranstaltungen haben dem Kernangebot des Museums, also seinen Häusern und Anlagen, in keiner Weise den Rang abgelassen, sind als wichtiger Besuchsgrund jedoch von nicht zu unterschätzender Bedeutung.

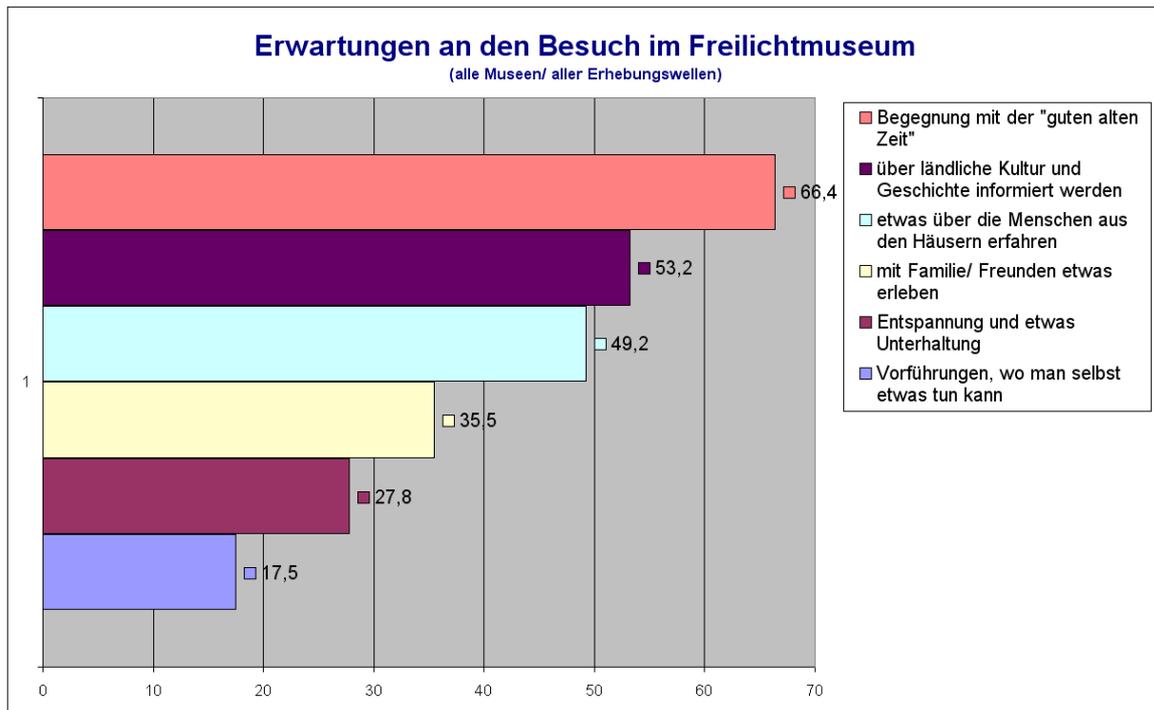
Im einzelnen: In allen Erhebungsphasen und in allen Museen bleibt das **Museum insgesamt** als Besuchsgrund weit an der Spitze (76%). Dieses Ergebnis ist jedoch erstens stark durch die Situation im Vogtsbauernhof geprägt; zweitens schwanken die Werte stark zwischen den drei Erhebungswellen. Im Vogtsbauernhof kommt fast 90% des Publikums wegen des Freilichtmuseums insgesamt, im Odenwälder Freilandmuseum etwa beträgt dieser Wert lediglich 53%, im Museumsdorf Kürnbach ist er etwas höher, aber immer noch weit unter dem Durchschnitt (68%). Zweitens: Im Herbst, zu Zeiten der großen „Herbstfeste“, lag dieser Wert für den Besuchsgrund „Museum insgesamt“ auch im Durchschnitt erheblich niedriger (58%), zu Pfingsten 2010 mit seinem stärkeren Ausflugspublikum stieg er wieder an auf fast 74% und pendelte sich dann während des Ferienmonats August auf rund 65% ein.

Der Durchschnittswert für **Museumsveranstaltungen** als wichtigster Besuchsgrund liegt im Herbst entsprechend hoch (32%), zu Pfingsten dagegen nur noch bei 18%, im August werden

dann wieder 23% erreicht. An diesem Ergebnis wird erkennbar, dass besondere Veranstaltungen zwar im Herbst eine besonders wichtige Rolle als Besuchsgrund spielen, aber inzwischen gewinnt dieses Motiv auch im Sommer an Bedeutung. Das reine „Ferienpublikum“ gibt es also auch im Sommer nicht, auch in dieser Saison kommt ein größerer Teil des Publikums in das Freilichtmuseum als Fest- und Veranstaltungsort. Das Odenwälder Freilandmuseum lebt sogar während aller drei Erhebungsphasen v.a. von seinem „Festpublikum“, die Werte erreichen hier fast 50%. Das Museum mit dem ausgeprägtesten Festpublikum ist jedoch das Bauernhausmuseum Wolfegg: Die Werte dort liegen in zwei der drei Erhebungsphasen über 50%, zu Pfingsten 2010 wird sogar 57% erreicht.



Sonderausstellungen liegen als Besuchsgrund dagegen meist nur im einstelligen Bereich. Nur im Herbst 2009 sind die Werte hier etwas höher. Damit ist aber in der Regel nicht die damals an allen Standorten laufende Sonderausstellung „Dorf unterm Hakenkreuz“ gemeint, sondern meist die Obstschauen, die die Herbstfeste in mehreren Museen begleiteten.



Erwartungen an den Besuch im Freilichtmuseum

Dazu haben wir im Fragebogen sechs Statements vorgegeben, von denen man höchstens drei ankreuzen durfte. Diese Statements waren:

- Erwartung: Begegnung mit der „guten alten Zeit“
- Erwartung: Über ländliche Kultur und Geschichte informiert werden
- Erwartung: Etwas über die Menschen aus den Häusern erfahren
- Erwartung: Mit der Familie/ Freunden etwas erleben
- Erwartung: Entspannung und etwas Unterhaltung
- Erwartung: Vorführungen, wo man selbst etwas tun kann.

Die Prioritäten des Publikums sind in dieser Frage ziemlich eindeutig: Knapp 70% aller Befragten erwarten vom Besuch im Freilichtmuseum eine **Begegnung mit der „guten alten Zeit“**. Dieses Ergebnis ist außerordentlich homogen, d.h. dieser Wert wird ziemlich exakt in allen Museen und in allen drei Erhebungsphasen erreicht. Zur Bewertung dieses Ergebnisses muss man wissen, dass die Befragten noch zwei weitere Erwartungen ankreuzen konnten (und dies in der Regel auch getan haben). Das bedeutet: Das Publikum erwartet zwar in seiner Mehrheit eine Begegnung mit der „guten alten Zeit“, aber nicht nur. Erwartet werden auch andere Dinge, und zwar in interessanter Weise an zweiter Stelle etwas, das überhaupt keinen nostalgischen Beiklang hat, nämlich **über ländliche Kultur und Geschichte informiert zu werden** (56%). Auch die an dritter Stelle stehende Erwartung, **etwas über die Menschen zu erfahren, die früher in den Häusern gewohnt haben** (51%), zeigt mehr inhaltliche Interessen als nostalgische Erwartungen. Bewertet man dies Ergebnis im Zusammenhang, so erweist sich, dass beim Publikum der Freilichtmuseen einfach beide Erwartungshaltungen parallel vorhanden sind: Auf der einen Seite, eine Begegnung mit der „guten alten Zeit“ zu haben, auf der anderen Seiten, sich über frühere Zeiten und die damals lebenden Menschen zu informieren. In den Freilichtmuseen werden beide Erwartungen erfüllt, das macht für viele Besucher/innen ihren Reiz aus. Man kann daher wohl davon ausgehen, dass der größere Teil des Publikums nicht damit einverstanden wäre, wenn das Freilichtmuseum zum reinen „Nostalgiemarkt“ würde; aber sie wären auch nicht damit einverstanden, wenn es nur noch die Informationsbedürfnisse erfüllen würde, ohne einen gewissen nostalgischen „touch“. Die Museen sind daher gut beraten, wenn sie beiden Bedürfnissen in ihrem Angebot entsprechen.

Der dritte Erwartungskomplex betrifft die Freizeitqualitäten eines Freilichtmuseums: Ein reichliches Drittel sucht das Museum auf, um **etwas mit Freunden und der Familie gemeinsam zu**

unternehmen. Und rund 30% findet auch die **Entspannungs- und Unterhaltungsfunktion des Museumsbesuchs** wichtig. Bei diesem dritten Erwartungskomplex sind die Ergebnisse nicht so homogen wie oben beschrieben: So gibt es Museen, bei denen das „Entspannungs- und Unterhaltungsmotiv“ ganz stark war (Bauernhausmuseum Wolfegg fast 41%, Odenwälder Freilandmuseum 35%), in anderen Museen stand bei den Besuchern/innen dagegen „Unterhaltung“ nicht so sehr im Vordergrund ihrer Besuchserwartungen (23% im Freilichtmuseum Beuren und gleichfalls 23% im Vogtsbauernhof). Auch bei der Erwartung, etwas mit Freunden und der Familie zu unternehmen, gibt es museumsspezifische Unterschiede: Ganz stark ist diese Erwartung im Hohenloher Freilandmuseum (44%), etwas stärker auch im Freilichtmuseum Beuren (42%) und im Museumsdorf Kürnbach (42%). Am geringsten ist diese Erwartung im Vogtsbauernhof ausgeprägt (31%), dort ist allerdings auch der Familienanteil besonders klein.

Etwas enttäuschend ist das Ergebnis für das Statement **„Vorführungen, bei denen man auch selbst etwas tun kann“**. Gerade 19% erwarten dies von einem Besuch im Freilichtmuseum. Dabei muss man einen Unterschied machen zu Vorführungen (etwa von altem Handwerk), die sich großer Beliebtheit erfreuen. Diese sind vom Charakter her anders als Vorführungen, bei denen man selbst mit „Hand anlegen“ kann. Das erscheint weniger attraktiv, jedenfalls beim erwachsenen Publikum, das sich eher auf die passive Zuschauerrolle beschränken möchte. Bei Kindern sieht die Situation ganz anders aus (s. unten Kap.6 die Auswertung der „Kinder-Zettel“). Auch hier gibt es museumsspezifische Unterschiede: Im Museumsdorf Kürnbach etwa lag dieser Wert im Herbst 2009 (also während des Herbstfestes) lediglich bei 10%. Das Festpublikum hatte also mehrheitlich mit „Eigenaktivität“ wenig im Sinn. Im August dagegen – während der Familiensonntage – ging dieser Wert hoch auf 29%. Ähnlich war die Situation in Neuhausen ob Eck: Dort lag der Wert im Herbst 2009 bei 13%, im August stieg er steil an auf 33%! Im Freilichtmuseum Beuren war es gerade umgekehrt: Im Herbst lag der Wert für solche Vorführungen mit Eigenaktivität bei 26%, zu Pfingsten und im August sank er ab auf 16%. Fazit: Die besonderen Angebote im Museum ziehen unterschiedliches Publikum an, dass durchaus unterschiedliche Erwartungshaltungen mitbringt.

5. Bewertung des Besuchs im Freilichtmuseum

Bewertung nach vorgegebenen Kriterien:

Der Fragebogen enthielt jeweils einen ganzen Katalog von Bewertungskriterien für den Besuch im Freilichtmuseum (s. Anhang!). Jedes Kriterium konnte auf einer 6er-Skala bewertet werden, die von „sehr gut“ bis „schlecht“ reichte. In der Auswertung haben wir diese 6er-Skala dann aus Gründen der Übersichtlichkeit zu einer 3er-Skala zusammen gefasst, die drei Werte umfasste: „sehr gut“, „gut“ und „befriedigend oder schlechter“.



Foto: Ihre Meinung ist gefragt! Besucherbefragung im Bauernhausmuseum Wolfegg

Es wurden in allen Fragebögen in allen Museen die folgenden Kriterien²¹ abgefragt:

- Erreichbarkeit des Museums
- Beschilderung der Wege
- Begehbarkeit des Geländes
- Kasse und Foyer
- Freundlichkeit des Personals
- Gastronomie
- Informationen in den Häusern
- Angebote des Museumshops
- Sanitäre Anlagen

Ein weiteres wichtiges Bewertungskriterium, dass wir in allen Fragebögen in allen sieben Museen abgefragt haben, war das **Preis-Leistungsverhältnis**. Zu diesem Kriterium haben wir allerdings keine Bewertungsskala vorgegeben, sondern die Besucher/innen konnten ankreuzen, ob sie den bezahlten Eintrittspreis für günstig, angemessen, etwas zu teuer oder viel zu teuer einschätzen.

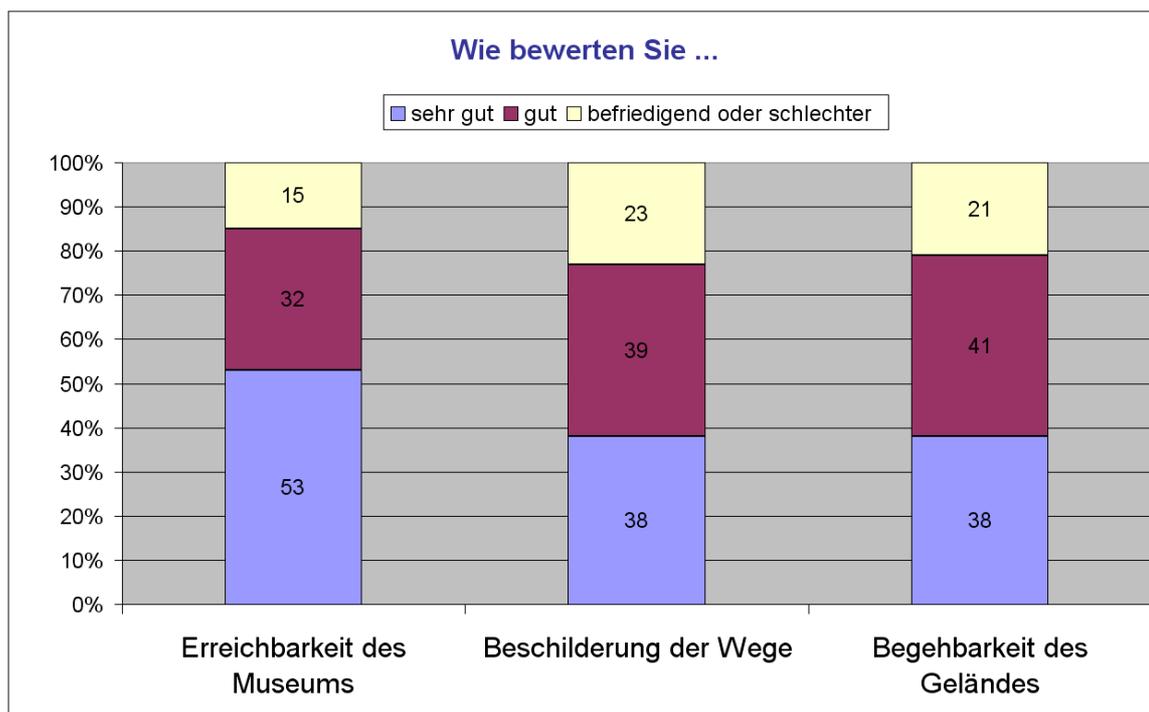
Ihre größte Bedeutung haben die Befunde zu diesen Bewertungskriterien naturgemäß für die einzelnen Museen, in denen sie erhoben wurden. Wir haben deswegen die museumsspezifischen Ergebnisse sofort nach Abschluss der Auswertungsarbeiten an die Museen weiter gegeben, damit Stärken erkannt und Schwachstellen sichtbar gemacht werden können. Im Rahmen des vorliegenden Berichts beziehen wir uns nicht auf die Einzelbewertungen pro Museum, sondern auf museumsübergreifende Durchschnittswerte. Dabei verschwinden zwar die (positiven und negativen) Merkmale der einzelnen Museen, aber es ergibt sich ein anschaulicher Überblick, wie die Museen insgesamt derzeit in den Augen des Publikums dastehen.

Im einzelnen:

Bei der **Erreichbarkeit der Museen** für den (meist per Kfz) anreisenden Besucher zeigen sich kaum noch Schwachstellen. In dieser Beziehung scheint in den letzten Jahren viel zur Verbesserung der Situation geleistet worden zu sein (Hinweisschilder, Wegbeschreibung im Internet etc.). Es gibt nur sehr wenige negative Einschätzungen (15%), dagegen dominieren mit 53% die sehr

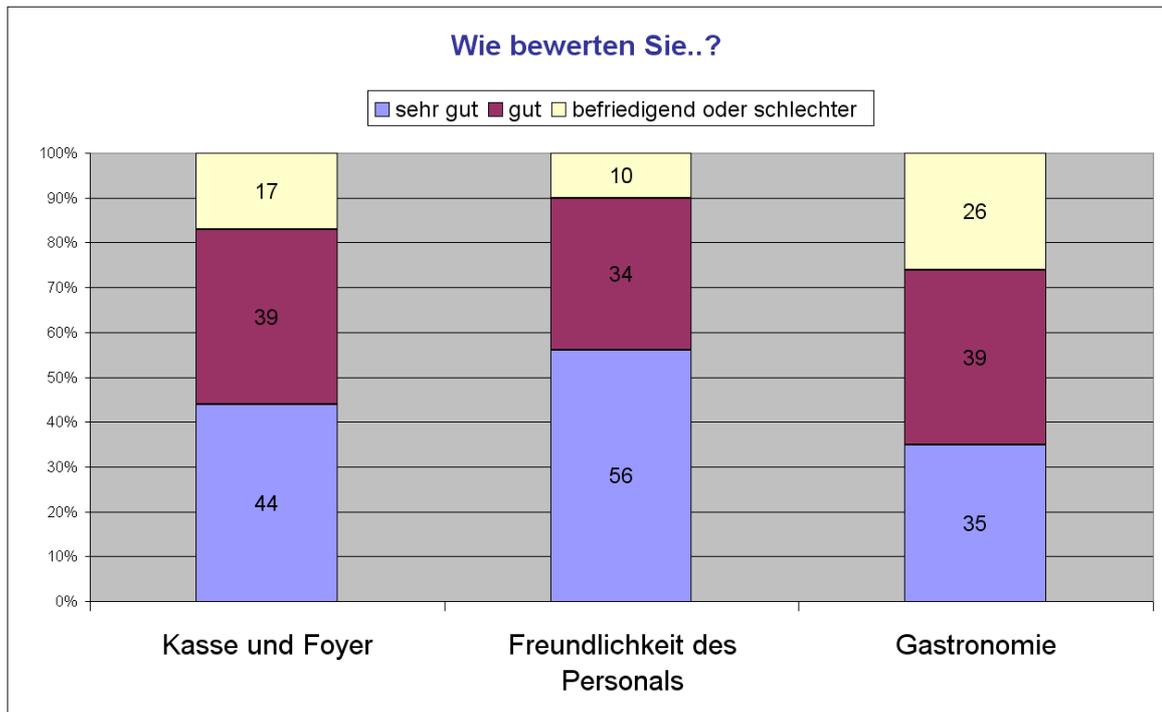
²¹ In einigen Museen wurde der Katalog noch erweitert, z.B. wurde der Restaurantbesuch unter den Kriterien Service, Angebot und Preisgestaltung bewertet. Diese Abstufung geht jedoch in diesen Bericht nicht mit ein.

guten Bewertungen. Das ist ein außerordentlich hoher Wert, der belegt, wie zufrieden die Besucher/innen unter diesem Aspekt mit den Museen waren. Ähnlich hohe Werte wurden sonst nur noch bei der Freundlichkeit des Personals erreicht (s.u.).



Bei der **Beschilderung der Wege** in den Museen sieht die Situation völlig anders aus. Zwar haben sich einige Museen an diesem Punkt sehr engagiert, im Schnitt wird die Beschilderung von Wegen und Serviceeinrichtungen aber weniger „rosig“ beurteilt: Lediglich 38% stimmten mit „sehr gut“, aber immerhin 23% mit „befriedigend oder schlechter“. Dies lässt einigen Nachbesserungsbedarf erkennen. Gerade flächenmäßig große Freilichtmuseen wie das Hohenloher Freilandmuseum scheinen an diesem Punkt noch Defizite zu haben. Jedenfalls sind in diesen Museen die Werte für dieses Kriterium besonders niedrig.

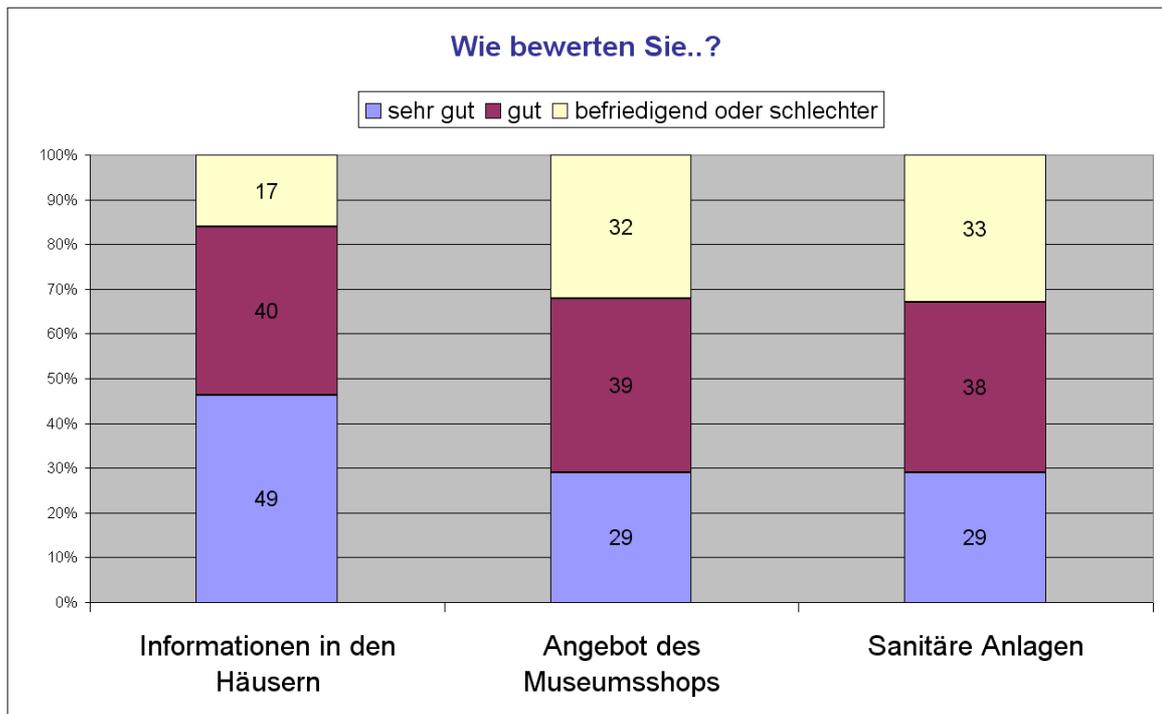
Bei der **Begehbarkeit des Geländes** sieht die Situation nicht besser aus. Auch hier sind die Befragungsergebnisse alles andere als zufriedenstellend. Interessanter Weise gibt es einen spürbaren Unterschied zwischen flachen Freilichtmuseen (wie: Museumsdorf Kürnbach) und bergigen Anlagen (wie: Freilichtmuseum Neuhausen). Die Besichtigung des Museums auf etwas steileren Wegen bringt dem Museum bei diesem Kriterium gleich einige Minuspunkte mehr ein. Hintergrund dafür dürfte sein, dass die Museen oft von Familienverbänden besichtigt werden, zu denen auch ältere Personen (oder aber ganz junge..) gehören, für die der Weg auf Dauer beschwerlich wird. Dabei wird die Situation für „ghemüde“ Kinder dadurch entschärft, dass inzwischen fast überall Leih-Handwagen für den Kinder- und Picknicktransport erhältlich sind. Bei den Älteren bringen die Leih-Handwagen dagegen wohl kaum Erleichterung, daher die recht häufigen negativen Bewertungen. Ein besonderes Problem sind dabei gehbehinderte Personen und Rollstuhlfahrer. Diese haben es im Freilichtmuseum besonders schwer, weil behindertengerechte Lösungen kaum verbreitet und wohl in vielen Fällen kaum realisierbar sind. Das wissen natürlich auch die Besucher/innen. Dennoch sollten Verbesserungen beim senioren- und behindertengerechten Ausbau von Anlagen und Häusern weiter ganz vorn auf der to-do-Liste der Museen stehen.



Bei der **Freundlichkeit des Personals** werden im Durchschnitt Spitzenwerte erreicht (= 56% für „sehr gut“). Natürlich gibt es hier und da auch einige kritische Töne. Probleme scheinen vor allem immer dann aufzutreten, wenn viel Betrieb herrscht und im Foyer viele Fragen und Anliegen an die anwesenden Mitarbeiterinnen heran getragen werden. Dann werden die Reaktionen gelegentlich als weniger freundlich empfunden. Aber das ist eindeutig eine Ausnahme. Der Normalfall ist inzwischen, dass auf die unterschiedlichen Anliegen der Besucher/innen geduldig und freundlich eingegangen wird. Dabei wurden oft nicht nur Service-Anliegen behandelt (etwa: „wo können wir unseren Kinderwagen lassen?“), sondern auch inhaltliche Fragen zum Museum beantwortet. Viele Mitarbeiterinnen verfügen inzwischen wohl über entsprechende Erfahrungen und breite Kenntnisse. Fazit: Die Freundlichkeit des Personals hat sich zu einem Merkmal entwickelt, das maßgeblich die Qualität des Besuchs im Freilichtmuseum bestimmt.

Etwas weniger erfreulich ist dagegen die Situation bei der **Museumsgastronomie**. Mit 26% für „sehr gut“, aber 35% für „befriedigend oder schlechter“ bewegt sich die Einschätzung durch das Publikum tendenziell im kritischen Bereich. Dabei gibt es kaum Schwankungen „nach oben“, also in den positiven Bereich hinein. Lediglich die Gastronomie im Museumsdorf Kürnbach steht mit 42% für „sehr gut“ etwas besser da. Es gibt allerdings einige heftige Ausschläge nach unten: So ist das Ergebnis von 45% für „befriedigend oder schlechter“ (Herbst 2009) für die Gastronomie im Odenwälder Freilandmuseum besonders negativ. Zu anderen Zeitpunkten wird allerdings auch der Gasthof in Gottersdorf etwas besser bewertet. Das deutet darauf hin, dass es bei der Gastronomie dort (wie auch an anderen Orten) erhebliche Qualitätsschwankungen gibt. Eine Ursache dafür kann sein, dass nicht zu allen Zeitpunkten ausreichend Servicepersonal vorhanden ist. Kommt dann eine größere Gruppe, entstehen schnell unzumutbare Wartezeiten und es gibt Klagen über unfreundliches Personal, weil dieses durch die Situation völlig überfordert ist. In den Gruppenleiterfragebögen²² werden immer wieder solche Probleme angesprochen. Die Schwierigkeit für das Museum liegt dabei darin, dass die Besucher/innen nicht zwischen dem „eigentlichen“ Museum und der Pachtgaststätte unterscheiden. Schwierigkeiten mit der Gastronomie werden daher leicht dem Museum selbst angekreidet und trüben die Einschätzung des Museumsbesuchs insgesamt.

²² Parallel zur Besucherbefragung wurden in den Museen Lehrkräfte- und Gruppenleiterbefragungen durchgeführt, die jedoch nicht Gegenstand dieses Berichts sind.



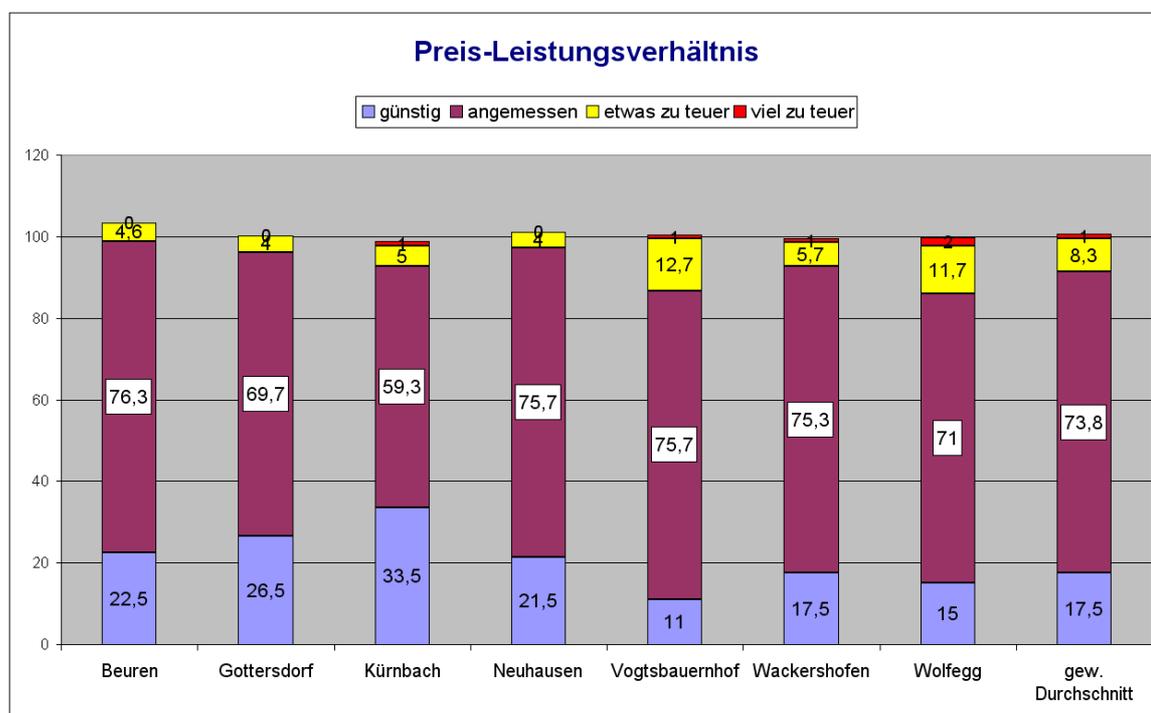
Ein überraschend kritischer Punkt für viele Besucher/innen ist das **Angebot des Museumsshops** (nur 29% für „sehr gut“, aber 32% für „befriedigend oder schlechter“). Besonders überraschend ist dabei, dass diese negative Bewertung sowohl gegenüber den tatsächlich sehr kleinen Shops wie im Museumsdorf Kürnbach formuliert wird, als auch gegenüber großen Shop-Anlagen wie im Bauernhausmuseum Wolfegg. Über die Ursachen kann man nur spekulieren, da unsere Erhebung diese Fragen nicht vertieft hat. Möglicherweise zielt die Kritik bei den kleinen Shops und den großen Anlagen auf unterschiedliche Missstände. Etwa: Bei den kleinen Shops, dass das Angebot so schmal ist; und bei den großen Shops, dass zwar viele Produkte angeboten werden, es das meiste aber auch zu Haus oder in anderen Souvenirshops gibt. Erwartet wird vom Shop im Freilichtmuseum offenbar weniger, dass man dort Standard-Touristenprodukte erwerben kann, als dass Produkte aus der Region und lokalen Produktion angeboten werden. Aber das ist bislang nur ein erster Eindruck. Es sind an diesem Punkt noch so viele Fragen offen, dass sich an einzelnen Museen eine spezielle Besucherbefragung zum Thema Shop durchaus lohnen würde.

Ähnlich kritisch wie bei den Shops sind auch die Besucher-Urteile bei den **sanitären Anlagen**. Das ist erstaunlich, weil den Freilichtmuseen das Problem der Sauberkeit der sanitären Anlagen durchaus bewusst ist und dort regelmäßig die Sauberkeit kontrolliert wird. Dennoch gibt es hier immer wieder kritische Anmerkungen. Eine Ursache dafür könnte sein, dass während der inzwischen häufigeren besonderen Fest- und Aktionstage – zumindest zeitweise – so viel Publikum im Museum unterwegs ist, dass Sauberkeitsprobleme trotz regelmäßiger Kontrollen auftreten können. Es kann sicher auch sein, dass einige Personen bezüglich Hygienefragen etwas kritischer eingestellt sind als andere und entsprechend kritische Wertungen abgeben. Außerdem gibt es bei den sanitären Anlagen noch einen weiteren Kritikpunkt, der weniger mit der Sauberkeit als mit deren Lage zu tun hat: Besonders Eltern von kleinen Kindern haben in einigen Freilichtmuseen Probleme, wenn es bei den Kindern plötzlich „sehr dringend“ wird und die nächste Toilette noch weit entfernt ist. In größeren Anlagen wie in Wackershofen und in Neuhausen wird öfter der Wunsch laut, zwischen den vorhandenen Toilettenanlagen auf halber Strecke noch weitere Möglichkeiten zu schaffen.

Letzter Punkt im Fragebogen, der auf einer 6er-Skala bewertet werden konnte, waren schließlich die **Informationen in den Häusern**. Insgesamt ist das Ergebnis zu diesem Kriterium gar nicht so schlecht, fast die Hälfte des Publikums bewertet die vorhandenen Informationsmöglichkeiten mit „sehr gut“. Gelegentlich trifft man zwar auf Besucher, die Informationen zu einem Gerät oder einer Einrichtung vermisst haben. Das ist jedoch die Ausnahme, die meisten Befragten waren mit den

Informationen in den Häusern zufrieden. Insgesamt hat man eher den Eindruck, dass gar nicht so viel Informationen gelesen werden und nachgefragt sind. Das hat mit der Besuchssituation zu tun: Während Paare noch eher vertieft Informationen in den Häusern zur Kenntnis nehmen, sind Familien oft mit ihren Kindern beschäftigt und können Info-Texte nur am Rande studieren. Für diese Gruppe zählt daher weniger die Menge der Information, als kurze, prägnante Übersichtstexte, die einem erlauben, das Gesehene wenigstens grob „auf einen Blick“ zuzuordnen.

Probleme gibt es noch am ehesten mit der Beleuchtung von Informationstexten in den Häusern. Viele Besucher räumen zwar ein, dass man in einem alten Bauernhaus nicht so perfekte Informationstafeln erwarten kann wie in einem modern gestalteten Museum. Man hat aber doch den Eindruck, dass die Ansprüche bezüglich der Darbietung der Informationsmedien gestiegen sind. In diesem Bereich ergibt sich sicherlich in Zukunft einiger Entwicklungs- und Verbesserungsbedarf. Worum es bei solchen Verbesserungen geht, wird bereits in unserer Erhebung erkennbar: Von einigen Besuchern wird besonders positiv hervor gehoben, wenn Informationsmedien einheitlich im gesamten Gelände gestaltet sind. Also etwa: Einheitliche Haupttexte vor den Häusern, Kurzinformationen in gleicher Gestaltung in den einzelnen Räumen und bei Bedarf vertiefende Texte. Besonders positiv werden auch solche Informationen empfunden, in denen Ausschnitte aus dem Leben ehemaliger Bewohner und dazu gehörige Fotos mit Faksimiles von Dokumenten vorgestellt werden.



Auf einer etwas anderen Ebene liegt das Bewertungskriterium des **Preis - Leistungsverhältnisses**. Wir wollten von den Befragten wissen, wie Sie den Eintrittspreis in Bezug auf das beurteilen, was im Museum geboten wird. Die Ergebnisse, die sich dabei ergaben, sind für die beteiligten Museen sehr zufriedenstellend: Im Durchschnitt empfindet rd. drei Viertel des Publikums den Eintrittspreis als angemessen, ein knappes Fünftel beurteilt den Eintritt sogar als günstig. Kritische Einschätzungen („etwas zu teuer“ oder „viel zu teuer“) bewegen sich im einstelligen Bereich. Als besonders günstig wird der Eintritt im Museumsdorf Kürnbach empfunden, ein etwas größeres kritisches Potential gibt es im Schwarzwälder Freilichtmuseum und im Bauernhausmuseum Wolfegg. Dort machen jeweils knapp 14% der Befragten ihr Kreuz bei „teuer“.

Bei der Bewertung dieses Ergebnisses kommt es sehr auf den eigenen Standpunkt zur Höhe der Eintrittspreise in Freilichtmuseen an: Objektiv betrachtet wäre in den meisten Museen (Stand: August 2010) durchaus noch Spielraum für Preiserhöhungen. Einige Besucher sprechen diese Tatsache auch direkt an. Im Besucherinterview wird öfter betont, dass der Eintrittspreis für das, was

sie gerade im Museum erlebt und gesehen haben, mehr als angemessen ist. Im Vergleich zu anderen Freizeit-Anbietern sei das sogar ausgesprochen billig. Gerade Paare (weniger: Familien) zeigen durchaus Bereitschaft, für diese „vier schönen Stunden im Museum“ mehr zu bezahlen. Andererseits eröffnen diese als günstig empfundenen Eintrittspreise sehr vielen Personen aus unterschiedlichen Schichten die Möglichkeit zum Museumsbesuch. Wenn man sich die Zusammensetzung des Publikums der Freilichtmuseen in Baden-Württemberg betrachtet, so wird deutlich, dass darunter durchaus der eine oder andere ist, der „mit dem Euro“ rechnen muss. Von daher sind die Eintrittspreise der Freilichtmuseen als außerordentlich publikumsfreundlich anzusehen. Es ist letztlich eine museumspolitische Frage, ob man diese Situation aufrecht erhalten möchte.

Bewertung im Besucherinterview

Zwischen Mai und August 2010 sind im Rahmen des Befragungsprojekts in den baden-württembergischen Freilichtmuseum Besucherinterviews nach einem festen Interviewleitfaden geführt worden (s. Anhang). Unten werden Auszüge aus den transkribierten Protokollen im Original vorgestellt, um Art, Inhalt und Umfang der Antworten deutlich zu machen. In den u.a. Auszügen werden nur die Antworten auf die Frage „Was hat Ihnen besonders gefallen“ abgedruckt. Die Antworten auf die beiden weiteren Fragen („Was hat gestört?“, „Änderungs- und Verbesserungsvorschläge“) wurden weggelassen, da die darin enthaltenen Eintragungen weitgehend museumsspezifisch sind. Die kompletten Mitschriftprotokolle wurden den jeweiligen Museen direkt nach Fertigstellung zugeschickt.

Die Interviews wurden in der Regel direkt am Museumsausgang geführt, wenn die jeweiligen Personen gerade mit dem Museumsbesuch fertig waren und das Museum verlassen wollten. Dabei wurde versucht, gezielt unterschiedliche Besuchergruppen zu erfassen (Familien, Paare, Ältere, Jüngere). Die Bereitschaft, am Interview teilzunehmen, war in den meisten Fällen groß. Die Zahl der Verweigerungen blieb im normalen Rahmen (ca. eine Verweigerung auf vier geführte Interviews). Allerdings war die Auskunftsfreude von Person zu Person ziemlich unterschiedlich. Einige Personen nahmen sich noch sehr viel Zeit, andere waren eher „kurz angebunden“, weil sie selbst nach dem Museumsbesuch müde oder die Kinder müde waren. Von vielen Befragten wurden die Interviews jedoch sehr positiv vermerkt und es wurde mit Überraschung zur Kenntnis genommen, dass das Museum sich so sehr für die Meinung seines Publikums interessiert. Die Interviews haben sich daher nicht nur als gute Informationsquelle erwiesen, sondern auch als gutes Medium der Öffentlichkeitsarbeit für das jeweilige Museum.

Jedes der unten vorgestellten Interviews ist auf seine Art individuell und zeigt eine ganz persönliche Art, mit dem Museum umzugehen bzw. ganz persönliche Interessen dem gegenüber, was das Museum zu bieten hat. Bei der qualitativen Analyse der Texte zeigten sich jedoch einige Haupt-Argumentationslinien, die im Folgenden kurz nachgezeichnet werden sollen:

- Regionale Anknüpfungspunkte sind dem Publikum sehr wichtig: Viele Befragte identifizieren sich deswegen mit dem Freilichtmuseum, weil es **Bezüge zu ihrer Herkunftsregion** gibt – sei es, dass ein bestimmtes Haus aus ihrem Heimatort ins Museum transloziert wurde; oder sei es, dass im Museum „ganz ähnliche“ Gebäude zu finden sind (z.B. ein ‚Backhäusle‘), wie es sie auch in ihrem Heimatort gibt oder gegeben hat.
- Wichtig für den Bezug zum im Freilichtmuseum Gezeigten ist auch ein **eigener landwirtschaftlicher Hintergrund**. Das bedeutet nicht unbedingt, dass die jeweilige Person noch selbst aktiv Landwirtschaft betreibt, das ist eher selten der Fall. Meist sind es die Eltern, öfter die Großeltern, die einen Hof hatten und mit dem man eigene Kindheitserinnerungen verbindet. Anders als für die Personen, die selbst noch in der Landwirtschaft gearbeitet haben, sind dann die im Freilichtmuseum gezeigte Maschinen und Geräte vor allem Erinnerungsstücke an die eigene Vergangenheit. Bei Personen, die selbst noch in der Landwirtschaft gearbeitet haben (und die heute etwas anderes machen oder Rentner sind), ist der Bezug unmittelbarer: Sie sehen bestimmte Geräte im Freilichtmuseum und erinnern sich daran, dass sie mit so einer Maschine (oder einer ähnlichen) gearbeitet haben. Gelegentlich ist diese Erinnerung etwas nostalgisch, meist aber auch mit der Erleichterung verbunden, dass diese „Plackerei“ nun vorbei ist.

- Viele Befragte schätzen das Freilichtmuseum, weil es ein **Ort der Erinnerung** an „früher“ ist. Das ist meist nicht persönlich gemeint, sondern allgemein als Erinnerung an eine zurückliegende Zeit, die bei der Besichtigung der Räume in den Häusern wach geworden ist. In diesem Zusammenhang wird meist angesprochen, wie schwer das Leben damals war, woran man das in den Häusern erkennen kann und dass man es heute sehr viel leichter hat. Dieser „gestern-heute“ Bezug wird recht häufig hergestellt, oft auch in der Variante, dass man das „gestern“ gern den eigenen Enkeln zeigen möchte, damit die auch einmal sehen sollen, wie schwer es die Kinder damals hatten und wie leicht sie selbst es heute haben. Interessanter Weise stellen sich ältere Personen im Interview oft so dar, dass sie quasi die letzte Generation sind, die noch etwas über die schwierigen Arbeitsbedingungen „damals“ weiß; alle, die danach kommen, können sich davon keine Vorstellung mehr machen. Wenn solche älteren Personen mit Kindern oder Jugendlichen im Freilichtmuseum sind, fühlen sie sich daher auch als eine Art Vermittler zwischen dem Leben „damals“ und dem der Kindern heute.
- Erstaunlich wenig Personen, mit denen wir Interviews geführt haben, benennen bestimmte **Häuser**, wenn wir danach gefragt haben, was ihnen besonders gut gefallen hat. Gebäude werden noch am ehesten im Zusammenhang mit bestimmten Aktionen erwähnt („Backen im Backhäusle“) oder bestimmte Funktionsgebäude (z.B. Mühle, Säge, Kaufhaus Stetten). Aber einzelne Häuser oder Besonderheiten ihrer Bauweise oder ihr besonderes Alter (s.u.) werden kaum angesprochen. Im Schwarzwälder Freilichtmuseum wurden gelegentlich noch der Vogtsbauernhof oder der Lorenzhof benannt, weil das ausgesprochene touristische „Highlights“ sind. Aber Gebäude, die keine solche Berühmtheit genießen, haben nach unserer Einschätzung auf Basis der Interviews nur eine geringe Chance, als besonderer Eindruck vom Museumsbesuch benannt und erinnert zu werden.
- Eher noch kommt die Sprache auf die **Einrichtung der Häuser** und einzelne Räume. Besonders Frauen zeigten sich oft beeindruckt davon, dass die Räume so detailliert eingerichtet sind, dass man den Eindruck hat, „*die Bewohner seien gerade weggegangen*“. Eine Frau schilderte sogar, sie habe ausgesprochene Scheu gehabt, in eines der Schlafzimmer in den Häusern zu gehen, weil man in das Schlafzimmer anderer Leute möglichst nicht „eindringen“ sollte. Sie hat das als eine Art Einbruch in das Leben der vergangenen Bewohner empfunden. Insgesamt hat man den Eindruck, dass die Gebäude tatsächlich erst durch ihre Einrichtungen für die Mehrheit des Publikums zum Sprechen gebracht werden. Wenn das gut gelungen ist, kommt das Gespräch aber sehr schnell auf sozialhistorische Hintergründe („*das schwere Leben damals*“), damit aber letztlich weg von den Gebäuden und ihren baulichen Merkmalen.
- Speziell Männer sind oft sehr beeindruckt davon, dass ganze Häuser von einem Ort zum anderen (ins Museum) gebracht worden sind. Die damit verbundene technische Leistung wissen sie sehr zu schätzen und sie wollen Einzelheiten darüber erfahren, wie der Prozess der **Translozierung** abläuft. Auch der Renovierungs- und Erhaltungsaufwand für die Häuser und die Anlage nötigt ihnen – vor allem wenn sie selbst Besitzer von Altbauten sind – einigen Respekt ab. Wir sind sogar auf Personen gestoßen, die ganz gezielt mit dem Blick durchs Museum gingen, welche Lösungen für die Erhaltung von Altbauten dort gefunden wurden, quasi als Bauherren-Beratung.
- Der Schwerpunkt des Interesses vieler Frauen (aber nicht nur) liegt – wie oben geschildert – bei den Wohnungseinrichtungen und dann sehr stark bei den **Bauerngärten**. Die Bauerngärten sind mit der am meisten genannte Ort, wenn es darum geht, was den Leuten im Freilichtmuseum besonders gefallen hat, jedenfalls erheblich häufiger als bestimmte Häuser. Auch bei den Bauerngärten gibt es offenbar einigen Beratungsbedarf: So hat eine Frau etwa vorgeschlagen, dass sich in einen der Bauerngärten ein Gärtner „mit grüner Schürze“ hinstellt, den man fragen kann, worauf man achten muss und was besonders geeignet ist, wenn man einen solchen Garten anlegen möchte.
- Ein weiterer häufig genannter Eindruck, der sich für viele der im Interview Befragten als besonders positiv eingepreßt hat, waren die **Handwerksvorführungen**. Wenn in einem Museum, an dem Tag, an dem auch die Interviews stattfanden, solche Vorführungen auf dem Programm standen, wurden sie spontan meist an erster Stelle genannt. Dazu eine jüngere Frau: „*Es ist Leben im Museum!*“. Als besonders eindrucksvoll wurde empfunden,

wenn diese Vorführungen von älteren (ehrenamtlichen) Handwerkern durchgeführt wurden. Das Engagement dieser Leute, ihre Bereitschaft, alles geduldig zu erklären und das Erlebnis, bei der Entstehung eines Handwerksprodukts zugeschaut zu haben, empfinden viele als bereichernd.

- Die wenigsten Personen, mit denen wir in den Interviews gesprochen haben, machen **historische Unterschiede**. In den meisten Fällen unterscheiden sie nur zwischen den Dingen „damals“ oder „alten“ Dingen und dem Leben heute. Das gilt auch für die Betrachtung der Häuser: Uns ist in keinem der Interviews jemand begegnet, der ausdrücklich über das unterschiedliche Alter von im Freilichtmuseum gezeigten Häusern gesprochen hätte. Sicherlich wird dem einen oder anderen klar sein, dass die Häuser unterschiedliche Baujahre haben. Aber im Gespräch dominiert dann doch die vereinfachte Darstellung von „damals“ und „heute“. Bei vielen Leuten hat man sogar den Eindruck, dass die historische Perspektive für sie ausgesprochen ungewohnt ist. Dass der Besuch in den Häusern eines Freilichtmuseums nicht nur „romantisch“ ist, sondern auch eine Begegnung mit der Vergangenheit, nehmen viele mit einem gewissen Staunen und einiger Überraschung zur Kenntnis.
- Gar nicht so selten wird das Freilichtmuseum, das gerade besucht wird, **mit anderen Freilichtmuseen** verglichen. Das können Museen aus dem baden-württembergischen Verbund sein. In diesem Fall bekommt man dann eine recht differenzierte Schilderung der Vor- und Nachteile der einzelnen Anlagen. Da viele Leute Freilichtmuseen nur zu Festen mit viel Publikum besuchen, ist dann ein wichtiges Argument, wie geeignet ein Freilichtmuseum für solche Feste ist. Dabei spielt dann eine große Rolle, wie viel Platz vorhanden ist bzw. ob sich die Besucher/innen sehr drängen mussten. Es werden aber auch Vergleiche zu anderen Freilichtmuseen in Deutschland oder sogar im benachbarten Ausland gezogen. Viele Leute erweisen sich dabei als sehr reisefreudig und kundig. Dabei werden auch Standards, die man anderswo erfahren hat, als Maßstab an die Freilichtmuseen in Baden-Württemberg angelegt, etwa was regelmäßige Handwerksvorführungen oder Tierhaltung im Museum betrifft.
- Etwas anders ist die Interessenlage von Personen, die das Freilichtmuseum mehr als **Rückzugsgebiet** vor dem „modernen Leben“ betrachten. Sie loben vor allem die Ruhe, dass man sich überall Zeit lassen kann, weil einen niemand hetzt, die idyllische Umgebung und die Abgeschiedenheit. Diese Besuchergruppe äußert in den Interviews häufig ausgesprochene Kulturkritik, etwa: „*es muss ja nicht immer alles modernisiert werden*“ oder „*es ist gut, einmal aus der ständigen Hektik des Alltags raus zu kommen*“. Entsprechend kritisch wird von diesen Besuchern/innen vermerkt, wenn auf Museumsfesten sehr lautes Getriebe herrscht. Wir haben öfter Personen getroffen, die bei ihrem Besuch ins Freilichtmuseum versehentlich in ein solches Fest geraten sind und dies als eher „störend“ empfanden. Gelegentlich wurde uns bei solchen Gelegenheiten gesagt, dass man lieber etwas früher gehen und evtl. an einem anderen Tag noch einmal wieder kommen will. Auf jeden Fall ist unübersehbar, dass es sich bei den „Festbesuchern“ und diesen, stärker an Ruhe und Beschaulichkeit orientierten Besucher/innen, um zwei Gruppen handelt, deren Bedürfnisse nicht besonders gut miteinander harmonieren.
- Noch spezieller ist die Interessenlage des **regionalen Publikums**, das wir bei den Interviews öfter angetroffen haben. Einige kennen „ihr“ Freilichtmuseum recht gut und kommen dann gern wieder vorbei, wenn „etwas Neues“ geboten wird. Das können neue Häuser sein, oder auch neue Tiere. Vor allem aber wird danach geschaut, was es an neuen Veranstaltungen gibt. Ähnlich wie viele Industriemuseen im Ruhrgebiet (z.B. die Henrichshütte in Hattingen) werden die Freilichtmuseen in der unmittelbaren Umgebung v.a. als Veranstaltungsort und ländliches Kulturzentrum wahrgenommen, wo man danach schaut, wann dort „etwas los“ ist und welche attraktiven Angebote aktuell gemacht werden. Dabei steht das Freilichtmuseum durchaus in Konkurrenz zu anderen regionalen Anbietern, wie Stadtfesten oder Sportveranstaltungen. So geht man am Familiensonntag in den Vogtsbauernhof, weil die Tochter dort Pony reiten kann oder weil dort ein Clown auftritt. Ein nicht zu unterschätzendes Argument für den Besuch im Freilichtmuseum ist bei dieser Gruppe außerdem, dass man dort mit dem Hund herum laufen kann.

Im Folgenden sechs exemplarische Protokollauszüge aus Besucherinterviews, in denen die beschriebenen Tendenzen im Originalzitat nachvollzogen werden können:

Auszug aus den Besucherinterviews im **Freilichtmuseum Beuren**, Datum: 24.5.2010 (Pfungstmontag)

5 Personen (2 Ehepaare), plus ein 16-Jähriger, aus Ehingen, teils Erst-/ teils Mehrfachbesuch, Alter: Eltern 40+	Hat gut gefallen! Das Weberhaus, weil wir aus Laichingen kommen. Sohn: Das Tagelöhnerhaus. Außerdem: Landschaft, ist schön gelegen, wie ein kleines Dorf aufgebaut. Sohn: Im Weberhaus, das Leben der Barbara (?), überhaupt die Lebensgeschichten, der Schubladenschrank. Wunderschön zu sehen, was von einem Leben übrig geblieben ist!
Paar, 60+, Mehrfachbesuch	Gut! Besonders gefällt Ihnen, dass das Backhaus aus ihrem Heimatort stammt. Sind an sich nur zum Mittagessen hier, machen gerade einen Neuffen-Ausflug, waren früher aber auch schon länger im Museum.
Paar, beide um die 30, er: Mehrfachbesucher, sie: Zum ersten Mal.	Sehr schön! Alles ist so übersichtlich, man kann sich gut orientieren. Es gibt auch nicht so schrecklich viel zum Lesen, sonst übergeht man die interessantesten Sachen (wenn zu viel Text ist). Er: Gut sind die Aktionstage, er war hier, wie einmal ein Balken angeschlagen wurde (?), ansonsten ist es hier landschaftlich schön. Man wird gut über das Web informiert, was an Aktionen läuft.
Paar aus Stuttgart, Erstbesucher, 40 – 50 Jahre	Sehr schön!!! (soll drei Ausrufungszeichen schreiben!) Vor allem die traumhafte Lage, sie haben beide ein Faible für alte Häuser und alte Bauweisen. Sie: Stellt sich immer vor, welche Geschichte in jedem Raum steckt, wenn sie da rein geht, findet sie spannend, wenn sie dazu etwas findet (Texte). Wenn die Mauern schwätze könnte, all das Leid und die Freud..! Man macht sich ja heute keine Vorstellung mehr, wie schwer das Leben gewesen ist. Er: Gut ist auch die Preispolitik, „aber nehmen Sie das nicht als Anlass, die Preise zu erhöhen“, in Amerang haben sie 8,-- bezahlt. Sie: Gut ist auch, dass nicht alles so durchgeplant ist, man kann gehen, wohin man will, kann sich Zeit lassen.

Auszug aus den Besucherinterviews im **Museumsdorf Kürnbach**, Datum: So., 8.8. 2010 (Familien-sonntag „Dorfleben anno dazumal“)

Oma und Opa mit zwei kleinen Enkeln, sind „off“ hier, zweibis dreimal im Jahr	Es gefällt alles! Was besonders? Sie nach einigem Nachdenken: Die Erinnerung an die alten Sachen, wie schwer es die Leute damals hatten und wie leicht man es jetzt hat. Ist wichtig für die Enkel. Er: Alte Landwirtschaftsmaschinen, sie kommen vom Land, er hat früher selbst noch mit einigen von diesen Maschinen gearbeitet.
Ehepaar mit einem Kind, zum ersten Mal im Museumsdorf	Gefällt ihnen sehr gut, sie: die Backstube, nach dem Zugucken schmeckt es besser..! Er: die ganze Aufmachung, sie waren schon in mehreren Freilichtmuseen, hier ist es nicht so auseinander gezogen wie in anderen, das gefällt ihm besser. Sie: Die gute Erhaltung von den alten Sachen, das sind für sie alles Erinnerungsstücke, sie kommt aus der Landwirtschaft, kann das beurteilen, alles ist gut in Schuss. Und der Eintritt ist günstig, das ist sehr freundlich vom Museum! Er: Die Anlage ist großzügig, viel schöner als der Vogtsbauernhof, das ist alles viel zu eng aufeinander, hier ist es besser, ergibt einen besseren Eindruck.
Ehepaar, zwei kleine Kinder, waren schon einmal hier, „ist aber länger her“ (wohl noch ohne die Kinder)	Gefällt super! Sie: Es ist nicht so weit zu laufen für die Kinder, das ist angenehmer, sonst gibt es leicht „Gejammer“, gut ist auch die Kombination mit dem Spielplatz, das ist „unschlagbar“, wie es in Kürnbach gemacht ist, passt gut zum Museum. Er: Nicht zu viel oder zu wenig, auch für die Erwachsenen gerade richtig, nicht zu „überwältigend“ wie im oberbayrischen Freilichtmuseum Glentleiten, das sind mehrere Dutzend Häuser dort und jede Menge Vorführungen, das kann niemand verarbeiten dort. Hier ist es besser, man wird nicht überfordert. Es gibt aus allen Epochen etwas, aber nicht zu viel. Sie: Hier ist die Atmosphäre familiärer, nicht so ein Massentourismus!

Auszug aus den Besucherinterviews im **Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck**, Datum: Samstag, 21.8.2010, 15 Uhr 30 bis 17 Uhr 30

Ehepaar, Mitte 50, aus Sachsen-Anhalt (Wernigerode), sind zum ersten Mal im Frei-	Es hat ihnen sehr gut gefallen. Er: Besonders unten die „Langsäge“, dann die ganzen typischen Holzhäuser, sie haben letzten Urlaub etwas ähnliches gesehen, das landwirtschaftliche Museum „Alt Schwerin“ an der Mecklen-
---	---

lichtmuseum Neuhausen.	burgischen Seenplatte, das war noch etwas schöner, weil alles da zusammen gehörte, als Siedlung. Aber ihnen imponiert hier, welche Mühe das gemacht hat, die ganzen Häuser hier her zu bringen und wieder aufzubauen. Sie: Auch das Haus, das ganz abgebrannt war (Haus Mariazell) war beeindruckend, weil da genau erklärt wurde, warum man es aufgebaut hat und wie gearbeitet wurde. Solche Texte „für Jungfräuliche“ im Freilichtmuseum findet sie gut.
Ehepaar, Mitte 50, zum ersten Mal im Freilichtmuseum Neuhausen	Finden alles sehr schön. Die Authentizität von allem, alles ist gut miteinander integriert, ein schöner Anblick, auch der Esel ist gut. Sie: Gut ist, dass alles so „natürlich“ gehalten ist, man erwartet, dass jeden Moment jemand aus der Haustür kommt und einen begrüßt..! Er: Gut ist auch, dass das Kaufhaus Pfeifer gerettet wurde, es müssen von ihm aus nicht nur Bauernhöfe sein, die gezeigt werden, auch solche Häuser gehören zum früheren Leben. Ihn erschreckt immer, wie schnell Häuser und Läden in der Stadt heute verschwunden sind, es muss nicht immer alles „modernisiert“ werden! Sie: Interessant sind im Hof unten („Bärbele-Haus“) die Gesindestuben, man sieht, dass die Einrichtung sehr bescheiden ist und dass es bestimmt nicht leicht war, damals auf einem Hof zu arbeiten, jedenfalls hatte das nichts „romantisches“.
Großvater, 79 Jahre, feiert heute mit seiner Familie seinen Geburtstag im Museum, sechs weitere Familienmitglieder, davon zwei Kinder. Alle waren „schon öfter“ im Freilichtmuseum Neuhausen, bis zu fünfmal.	Wunderbar alles, gefällt ihnen immer wieder! Kinder: Ihnen hat es auch gut gefallen, alles ist schön! Großvater: Am besten gefällt ihm, dass man hier Sachen sieht, die man längst vergessen hat, oft sind das nur Kleinigkeiten, im Grunde ist das ja alles gar nicht so lange her, 30 bis 40 Jahre vielleicht, ist aber aus einer anderen Zeit! Andere: Gut, dass sie es mal geschafft haben, die Vorführung mit der Säge zu sehen, ist ein echtes „Highlight“! Mutter: Der Laden ist gut, macht Spaß, da einzukaufen! Andere: Auch der Rote Ochsen ist gut, gutes Essen, freundliche Bedienung, angenehme Atmosphäre.

Auszug aus den Besucherinterviews im **Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof**, Datum: 29.8.2010 (Kinder- und Familiensonntag)

Ehepaar aus Kaiserlauern, Mitte 50, waren im Urlaub auf dem Weg nach Triberg, haben den Vogtsbauernhof zufällig entdeckt, sind zum ersten Mal im Vogtsbauernhof	Gefällt ihnen sehr gut, vor allem die Aufmachung, die zeigt, wie Menschen früher gelebt haben. Sie: Ihr gefallen die gut erhaltenen Häuser und die Kinderaktivitäten überall. Er: Fragt, ob die Häuser früher hier alle gestanden haben. Als er erfährt, dass die meisten hergebracht wurden, ist er „völlig fasziniert“, ist eine überwältigende Leistung.
Ehepaar Mitte 30, ohne Kinder im Museum, aus Calw, er war als Kind schon einmal im Vogtsbauernhof. Sie sind nicht wegen des Familiensonntags gekommen, hatten sie nicht gewusst.	Es gefällt ihnen alles sehr gut! Er: Gut ist, dass die ganze Mechanik von der Säge, der Mühle und der Ölmühle verständlich erklärt wird, Technik interessiert ihn. Sie hat einen Besen gebunden beim Besenbinder, findet es gut, wenn man im Museum etwas machen kann, „das interessiert Erwachsene auch, nicht nur Kinder“.
Ehepaar Mitte 40, wohnen in der Nähe von Wolfegg, haben dort eine Dauerkarte. Im Vogtsbauernhof sind sie zum ersten Mal.	Es gefällt ihnen sehr gut, vor allem die vielen Aktionen heute, „es ist schön, wenn alle Besucher eingebunden sind“. Sie: Es ist das lebendigste Museum, dass sie kennt, selbst Wolfegg ist nicht besser. Er: Gut gefällt ihm die Anordnung der Häuser in der Landschaft, dass man unten reingehen und oben wieder rausgehen kann, dadurch verteilen sich die Besucher besser. Das gibt es in Wolfegg nicht, weil das Gelände dafür nicht geeignet ist, und in Kürnbach auch nicht, „da geht alles zur gleichen Tür rein und raus“.
Jüngeres Ehepaar mit dreijährigem Sohn, aus der Nähe, haben Dauerkarte, „Sonntags, wenn das Wetter einigermaßen ist, dann entscheiden sie öfter, mal für ein oder zwei Stunden in den Vogtsbauernhof zu gehen“.	Sehr gut, heute wird viel geboten, dem Kleinen hat es viel Spaß gemacht, er hat sogar Pony geritten, „für sein Alter war es fast zu viel“. Sie gehen gern herum und schauen, ob es etwas Neues gibt. Außerdem entdeckt man bei jedem Besuch in den Häusern immer wieder neue Details, „wird nicht langweilig“. Sie: Gut ist auch, dass man mit dem Hund rum gehen kann.

Auszug aus den Besucherinterviews im **Hohenloher Freilandmuseum Wackershofen**, Datum: Sonntag, 15.8.2010

Ehepaar mit großer Tochter, waren schon viermal im Freilandmuseum besuch es seit 15 Jahren	Tochter: Es ist Leben im Museum! Er: Die Handwerkervorfürungen Sie: Das Museum ist ein Antiquariat, so viele alte Sachen zu sehen! Sie liebt das. Außerdem das Spazieren gehen in der Anlage, alles drum herum ist so wunderschön. Allein deswegen lohnt es sich hierher zu kommen.
Ehepaar Mitte 50, sind Mitglied im Förderverein, kommen acht- bis zehnmal ins Freilandmuseum.	Es gefällt ihnen Vieles. Im Grunde kommen sie her, weil man hier dörfliches Leben erleben kann, wie es „draußen“ gar nicht mehr gibt. Alles ist hier wie in einem Dorf von früher, in dem man spazieren gehen kann.
Ehepaar, Mitte 30, aus Mühlacker, zum ersten Mal im Freilandmuseum	Gut gefallen, man kann sich einen Querschnitt von allem anschauen, was es „früher“ gegeben hat. Das haben sie „hier und da“ angeschaut, ansonsten sind sie einfach rumgelaufen und sind eingekehrt.
Oma aus Schwäbisch Hall, mit zwei kleinen Enkeln. Sie sind an sich jedes Mal hier, wenn die Enkeln aus Nürnberg da sind	Ihr gefällt alles, was man den Kindern gut zeigen kann, wo es was zu sehen gibt, was die Kinder nicht langweilt. Sie haben so „ihre Stellen“, wo sie jedes Mal hingehen, natürlich zu den Schweinen, aber auch das „ganz kleine niedrige Haus“ (?), das gefällt den Kindern immer besonders. Sie selbst geht gern in den Laden, kauft meistens etwas, das macht einfach Freude.

Auszug aus den Besucherinterviews im **Bauernhausmuseum Wolfegg**, Datum: Sonntag., 1.8. 2010 (Oldtimer Traktorentreff)

Ehepaar, „heute mal ohne Kinder“, aus der Region, besucht das Bauernhausmuseum ca. viermal pro Jahr	Gefällt gut, es gibt immer unterschiedliche, interessante Programme, ihnen gefällt aber auch, „was etwas ruhiger ist“ (als heute). Frau: Schön sind die Bauerngärten! Ehemann: Gut, dass das Museum so weitläufig ist, dadurch ist es gut für solche Veranstaltungen geeignet. Das fehlt woanders, bei Veranstaltungen ist es in Kürnbach immer sehr eng.
Ehepaar, mittleres Alter, haben schon fünfmal in der Region Urlaub gemacht, sind aber zum ersten Mal im Bauernhausmuseum, sind speziell wegen des Programms gekommen, „lieben solche Aktionen“	Schön, sind heute zum ersten Mal in ihrem Leben Schlepper gefahren, „das ist schon eine Attraktion“. Auch Häuser angeschaut: Ja, einige, aber das sieht man auch bei seiner Oma, die wohnt auch in so einem Haus (wie das Haus A.). Sie: Sie findet faszinierend, wie einfach die Leute früher gelebt haben, das ist doch noch keine 50 Jahre her, das war ein ganz anderes Leben! Er: Das war gemütlicher damals, die mussten bestimmt viel arbeiten, aber alles ging viel langsamer, die haben sich bestimmt nicht so einen Stress gemacht. Wenn man sieht, wie es heute zugeht, da kommt man schon ins Grübeln, was besser ist..!
Mutter und erwachsener Sohn, kommen zwei- bis dreimal pro Jahr ins Bauernhausmuseum	Ihr gefällt, wenn sich ständig was ändert, es ist ein „lebendiges Museum“, es gibt überall etwas zu entdecken, in den Häusern ist „richtiges Leben“, als wenn die Leute gerade weggegangen wären, das gefällt ihr. Wenn sie da sind, schauen sie immer nach neuen Sachen. Sohn: Aber auch bei den alten Sachen gibt es immer etwas neues zu entdecken, wird nicht langweilig.
Familie mit Großeltern, eine Tochter; Großeltern waren schon öfter im Bauernhausmuseum, Ehepaar mit Tochter zum ersten Mal.	Gut gefallen. Tochter: Bulldog fahren! Ehefrau: Im Haus A. die Darstellung der Lebensweise, war interessant, sind aber v.a. wegen des Fests her gekommen. Er: Die Bulldogs hätten nicht unbedingt sein müssen, waren aber für die Tochter interessant. Sie haben geschaut, wo bei dem schönen Wetter ein Fest draußen stattfindet, da sind sie hingefahren.

6. Kinder im Freilichtmuseum: Ergebnisse der Kinderbefragung

Wie kaum ein anderes Erhebungsinstrument liefern die positiven und negativen Kinderfragebögen („Kinder-Zettel“) ein vielfarbiges Bild von den Eindrücken, die der Besuch im Freilichtmuseum bei seinem Publikum hinterlassen hat. Mehr noch als die Erwachsenen waren die Kinder sehr froh darüber, dass sie das, was sie im Freilichtmuseum erlebt und gesehen hatten, auf diese Weise zu Papier bringen konnten. Insofern ist der „Kinder-Zettel“ nicht nur ein Erhebungsinstrument, sondern auch eine Möglichkeit, den Besuch im Freilichtmuseum am Ende noch einmal „abzurunden“. Dabei haben viele Kinder sich beim Ausfüllen der Kinderzettel sehr viel Zeit gelassen (oft länger

als die Erwachsenen beim Ankreuzen und Ausfüllen ihres Fragebogens). Nicht selten war auch der „Kinder-Zettel“ Anlass für ein Gespräch zwischen Kindern und Eltern, was sie hin schreiben sollten und was den einzelnen besonders gut gefallen oder missfallen hat. Dabei zeigte sich auch, dass es deutliche Unterschiede zwischen Kindern und Erwachsenen gab bzw. Unterschiede in dem, wovon die Eltern dachten, das es den Kindern besonders gefallen hat und dem, was den Kindern wirklich gefallen hat. Beispiel: Die Mutter schlägt vor, das Kind soll hinschreiben, dass ihm der Spielplatz besonders gefallen hat. Das Kind widerspricht und schreibt dann hin, dass ihm besonders gefallen hat, die alte Mühle in Betrieb zu sehen. Das war kein Einzelfall: Wenn man die (positiven) Kinderzettel durchliest, gewinnt man den Eindruck, dass viele Kinder sich erheblich intensiver mit dem beschäftigten, was im Freilichtmuseum zu sehen war, als manche Eltern annahmen. Viele Kinder freuen sich nicht nur über die „kindgerechten“ Angebote, sondern sie beschäftigen sich auch durchaus ernsthaft und mit Ausdauer mit den Häusern, den Einrichtungen und dem, was im Museum über das Leben der Vorfahren gezeigt wird. Das bedeutet nicht, dass besondere Kinderangebote kein Interesse fänden, im Gegenteil. Aber es ist bei den Kindern auf jeden Fall beides da: Das Interesse an den historischen Originalen und der Spaß an dem, was das Freilichtmuseum Besonderes für sie als Kinder zu bieten hat.



Foto: Kinderbefragung im Freilichtmuseum Beuren

Die Kinderbefragung ist an sich immer positiv gelaufen und die Kinder haben gern daran teilgenommen. Eine gewisse Ausnahme stellte die Situation bei großen Museumsfesten mit sehr viel Publikum dar. Dabei gab es – auch am Ende beim Ausfüllen der Fragebögen – spürbar mehr Hektik und Unruhe, was sich sowohl beim Ausfüllen der Erwachsenenfragebögen als auch der „Kinder-Zettel“ bemerkbar machte. Bei beiden Erhebungsinstrumenten war die Qualität der Angaben erheblich geringer als in anderen, ruhigeren Erhebungssituationen. Im Erwachsenenfragebogen wurden Fragen ausgelassen oder es fehlten ganze Teile (Rückseite!), auf den „Kinder-Zetteln“ wurde sehr viel mehr „gekritzelt“ oder „Quatsch“ eingetragen, als sonst üblich. In dieser Situation kam es auch öfter vor, dass die roten und grünen Zettel bald in der ganzen Umgebung herum flogen und Stifte lieblos auf den Boden geworfen wurden. Solche Probleme traten sonst fast nie auf. Diese negativen Erscheinungen machen deutlich, dass die Besuchssituation während solcher größerer Publikumsereignisse negative Randerscheinungen aufweist. Man kann wohl davon ausgehen, dass ein Freilichtmuseum zu anderen Besuchstagen von den erwachsenen und „kleinen“ Besuchern/innen intensiver und aufmerksamer wahrgenommen wird.

Welche Themen werden von den Kindern auf ihren positiven „Kinder-Zetteln“ (grüne Zettel) angesprochen? Wir haben im Folgenden dazu einige Beispiele vorgestellt. Wenn man die „Kinder-Zettel“ durchsieht und auszählt ist es schwierig, echte Schwerpunkte zu bilden. Die Eindrücke der

Kinder sind durchaus vielfältig. Es gibt allerdings einige Eintragungen, die etwas häufiger vorkommen:

- Viele Kinder schreiben auf ihren Zettel, dass ihnen „alles“ gefallen hat. Stärker noch als bei den Erwachsenen wirkt der Besuch im Freilichtmuseum „ganzheitlich“, das heißt, die positiven Eindrücke beziehen sich auf **das Museum insgesamt**, so wie es sich den Kindern darstellt. Dieser Befund ist in seiner Tragweite nicht zu unterschätzen: Ein Ziel für Museumsbesuche mit Kindern ist ja, ihnen einen positiven Eindruck davon zu vermitteln, was im Museum zu sehen ist. Die Einsicht, dass Kinder das Museumspublikum von morgen sind, ist inzwischen allgemein verbreitet. Leider wird von den Eltern oder den Schulen oft das Gegenteil bewirkt: Museumsbesuche werden zu einem negativen Erlebnis, das evtl. so nachhaltig ist, dass auch später den Erwachsenen die „Lust am Museum“ gründlich vergangen ist. Und genau dieser unerwünschte negative Effekt ist beim Besuch der von uns befragten Kinder nicht eingetreten. Der Museumsbesuch wird (fast) durchweg positiv assoziiert. Wieweit dieser Eindruck auch auf andere Museumstypen übertragen wird, muss offen bleiben. Aber die von uns befragten Kinder haben auf jeden Fall ein sehr positives Bild vom Besuch im Freilichtmuseum mitbekommen und dürften auch später dort gern wieder hin gehen. Bei den Interviews hat eine Mutter sogar berichtet, ihre Kinder hätten geradezu darauf gedrängt, dieses Wochenende ins Freilichtmuseum zu gehen. Dieses Ergebnis ist als echtes Kompliment für die Arbeit der Freilichtmuseen anzusehen.
- Der Besuch im Freilichtmuseum wird von vielen Kindern „situativ“ bewertet. Das soll heißen: Alles, was die **Situation des Museumsbesuchs** für sie positiv gestaltet, wird aufgeschrieben. Dazu gehören natürlich auch Cola und Eis. Daher finden wir in den „Kinderzetteln“ häufig solche Eintragungen. Man tut den Kindern sicher Unrecht, wenn man annimmt, das sei das Einzige, was ihnen gefallen hat. Es war halt die Sache, die ihnen beim Ausfüllen des Fragebogens als erstes eingefallen ist.
- Kindern gefällt im Freilichtmuseum besonders **die landschaftliche Einbettung der Anlage**. Das zeigt sich daran, dass Elemente der Landschaft gern auf den Zetteln aufgezeichnet werden, also etwa der Dorfteich, der Garten, das Häuser-Ensemble, die Wiese und die Bäume. Gerade „Stadt-Kinder“ scheinen diese Eindrücke als etwas besonders Positives und Angenehmes zu empfinden. Darin unterscheiden sie sich im übrigen nicht sehr von den Erwachsenen: In den Besucherinterviews wird – wenn man danach fragt, was besonders gefallen hat – als erstes gern die Landschaft „drum herum“ genannt. Die „idyllische Lage“ ist für viele Befragte genau so wichtig, wie das, was an Gebäuden im Museum gezeigt wird. Kinder wie Erwachsene scheinen dabei einen echten Kompensationsbedarf gegenüber ihrer sonstigen Lebenssituation zu haben.
- Kinder schauen sehr genau auf die **Details**. Auf vielen Kinderzetteln werden solche Details aus den Häusern und dem Gelände aufgeschrieben. So etwa: „*die Wände, die unter der Tapete zu sehen waren*“, oder „*wie schnell die Kaulquappen durcheinander geschwommen sind*“, oder „*das alte Spielzeug in dem Zimmer*“, oder „*die Treppen in den alten Häusern*“. Hier zeigt sich eine Stärke der Freilichtmuseen, die inzwischen fast überall die Häuser mit Einrichtungen ausgestattet haben. Das ist nicht nur für die Erwachsenen besonders anschaulich, sondern bietet der spezifischen kindlichen Wahrnehmung interessante Dinge zum Entdecken. Eltern machen ihre Kinder häufig auf solche Details aufmerksam. Aber auch die Kinder von sich aus scheinen ihre Aufmerksamkeit häufig auf das Detail zu richten. Ein Kind hat es anschaulich auf den Begriff gebracht: „*Mir hat das Sachen Angucken Spaß gemacht*“.
- Kinder lieben **Aktivitäten**. Diese museumspädagogische Regel wird durch die Eintragungen in den „Kinderzetteln“ vielfach bestätigt. Die Zettel sind voll von Eintragungen wie: „*das Würfel Basteln*“, „*das Kohle Malen*“, „*dass wir etwas machen konnten*“, „*dass man im Dachboden stöbern konnte*“, „*dass wir etwas bauen durften*“. In diesen Eintragungen zeigt sich sehr konkret, dass die Wahrnehmung mit allen Sinnen eine große Stärke der Freilichtmuseen ist. Dabei sind die Kinder noch erheblich mehr als die Erwachsenen auf Eigen-Aktivität ausgerichtet. Erwachsene schauen gern bei Vorführungen zu, Kinder ma-

chen oder produzieren gern selbst etwas, d.h. sie wollen aktiv an den Vorführungen teilnehmen.

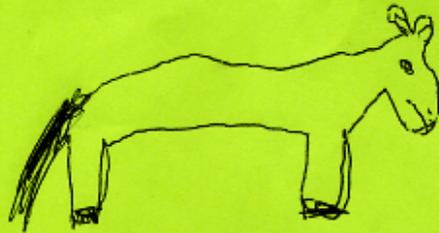
- Kinder lieben **Tiere**. Die Zettel sind voll von Hinweisen auf die unterschiedlichen Tiere, die es in einem Freilichtmuseum zu sehen gibt. Das reicht von den Kaulquappen im Teich bis hin zu Kühen auf der Weide. Aber auch Hasen, Meerschweinchen und Gänse werden gern zur Kenntnis genommen und sorgen dafür, dass die Kinder gern im Museum sind. Der Mangel an Tieren bzw. wenn es zu wenig Tiere gibt ist auch einer der am meisten genannten Punkte auf den roten Kritikzetteln. Das Fazit aus diesen Eintragungen ist sehr einfach: Wenn das Freilichtmuseum kindgerechte Angebote machen möchte, gehören Tiere auf jeden Fall dazu.
- Kinder lieben **verständliche Erklärungen**. Auf vielen „Kinder-Zetteln“ finden wir immer wieder Eintragungen wie: „*dass man alles gut erklärt bekam*“, oder „*dass man die Beschreibungen in den Häusern verstehen konnte*“, oder „*dass es auch Bilder gab*“. Freilichtmuseen versuchen schon länger, ihre Informationsangebote besuchergerecht zu formulieren. Das nützt den erwachsenen Besuchern/innen, aber auch Kinder wissen solche Informationen, so bald sie lesen können, sehr zu schätzen. Der Vorteil für die Kinder ist dabei, dass sie auf sich diese Weise unabhängiger von den Erwachsenen mit den Exponaten beschäftigen können.
- Schließlich: Kinder lieben **Entdeckungen**. Auf einigen Zetteln, die von älteren Kindern ausgefüllt wurden, wird diese Stärke der Freilichtmuseen für Kinder direkt benannt: „*Dass man so viel Entdecken kann*“. Freilichtmuseen sind für Kinder ein Ort, an dem man selbst etwas erkunden kann und das meiste berühren darf. Entsprechend positiv wird der Kinder-Speicher im Vogtsbauernhof von den Kindern zur Kenntnis genommen. Und entsprechend negativ wird auf den roten Zetteln vermerkt, wenn man in bestimmte Teile der Häuser nicht hinein durfte. Das wird als Behinderung des kindlichen Erkundungsbedürfnisses empfunden.

:

Im folgenden werden exemplarische Kinder-Zettel aus dem Freilichtmuseum Beuren, dem Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof und dem Freilichtmuseum Neuhausen vorgestellt. Die Kinder-Zettel aus Beuren stammen aus der zweiten Erhebungswelle (Pfingsten), die anderen aus der ersten Erhebungswelle im Herbst 2009:

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?

Fische beobachten



Dein Vorname: Antonia

Dein Alter: 6

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?



Dein Vorname:

Dein Alter:

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?

- Ziegen
- Häuser
- Köhler
- Spielplatz
- Wasser mit Kaulquappen
- die Wände unter der Tapete

Dein Vorname: Nils

Dein Alter: 6

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?

- auf der Weide Liegen
- am Bach spielen
- Sachen An gucken
- in der Sonne sitzen und Eulen
- Beim Köhler Durch den Rauch Laufen

Dein Vorname: Pauline

Dein Alter: 7

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?

die schnarchenden Schweine, die großen Dachböden, die kleinen Betten, der Räuchergeruch und vieles mehr :)
und natürlich der frische Apfelmost

Dein Vorname: Maureen..... Dein Alter: 16.....

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?



Dein Vorname: Johanna..... Dein Alter: 7 Jahre

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?

DIE SPIELE 



← die Betten

Dein Vorname: ANABET.....

Dein Alter: 5 1/2.....

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?

Ich fand es toll das man in ver-
schiedene Häuser gehen konnte, man
sah wie das Leben früher war.

Dein Vorname: Angelique.....

Dein Alter: 12/13.....

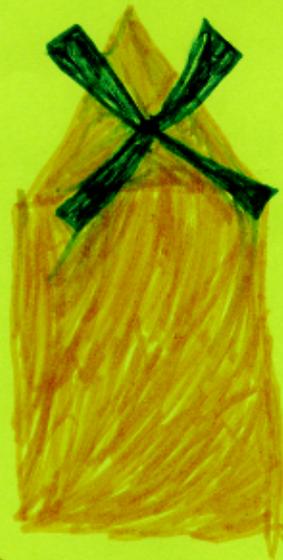
Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?

Mir hat alles gefallen besonders
des Kinderdachbooten

Dein Vorname: Julia

Dein Alter: 9

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?



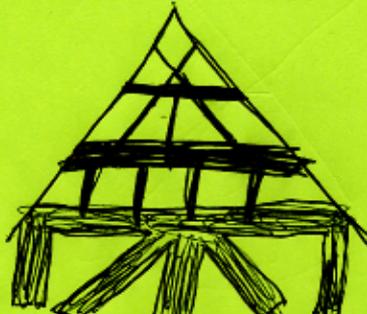
le moulin ←

Dein Vorname: Florian

Dein Alter: 8 ans et demi

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?

Das Gasthaus Ochsen, und besonders das
Kaufhaus Pfeiffer, die ~~vielen~~ vielen Stände



Dein Vorname: Jana Katrin Lautenbacher

Dein Alter: 8 Jahre →
18.12.2000

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?

Wie die Gebäude gebaut worden sind

Dein Vorname: Felise

Dein Alter: 9

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?



Dein Vorname: Jörg

Dein Alter: 10

Was hat Dir im Freilichtmuseum gut gefallen?

1. Der Teich
2. Das Feiferhaus
3. Der Kaufladen
4. Die Adhimers
5. Die Mühle
6. Eigentlich alles! ▽

Dein Vorname: Teresa

Dein Alter: 12 Jahre

Hier noch einige Beispiele für **negative Kinderzettel** aus verschiedenen Museen:

Was hat Dir im Freilichtmuseum **nicht** gefallen?

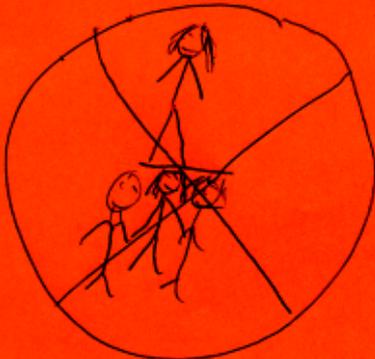
Nur dass es zu wenig Klos gab. Am Marktplatz sollte noch eins hin.



Dein Vorname: Diana Dein Alter: 10

Was hat Dir im Freilichtmuseum **nicht** gefallen?

Nur das wolman nicht hin darf.



Dein Vorname: Jana Katrin Dein Alter: 8 Jahre

Was hat Dir im Freilichtmuseum nicht gefallen?

Das Warten



Dein Vorname: Jonas.....

Dein Alter: 10 Jahre.....

Was hat Dir im Freilichtmuseum nicht gefallen?

Mir hat es nicht gefallen
das die Gabriele so langweilig
erzählt hat.

Dein Vorname: Maren.....

Dein Alter: 9 Jahre.....

7. Zusammenfassung der Ergebnisse

Der vorliegende Bericht enthält die Ergebnisse der Besucherbefragungen, die im Herbst 2009, Pfingsten 2010 und im August 2010 an den sieben Mitgliedsmuseen der Arbeitsgemeinschaft der baden-württembergischen Freilichtmuseen stattgefunden haben.

- **Alter:** Das Publikum der baden-württembergischen Freilichtmuseen bildet fast das ganze Altersspektrum der Bevölkerung ab. Ein Schwerpunkt liegt im Bereich der 40 – 59-Jährigen, die besonders stark vertreten sind. Jüngere Besucher/innen (20 bis 29 Jahre) sind mit durchschnittlich 7% unterrepräsentiert. Gegenüber der Erhebung 1999 hat sich das Publikum der Freilichtmuseen jedoch insofern verjüngt, als die Gruppe der unter 40-Jährigen kräftig angestiegen ist (von 22% auf fast 30%).
- **Status:** Arbeiter/innen sind mit rd. 8% in den baden-württembergischen Freilichtmuseen gegenüber ihrem Anteil in der Bevölkerung stark unterrepräsentiert. Angestellte sind in etwa entsprechend ihrem Anteil in der Bevölkerung vertreten. Rentner/ Pensionärinnen machen im Schnitt 17% des Publikums aus, was nicht ganz ihrem Anteil in der Bevölkerung entspricht. Gegenüber 1999 hat sich unter diesem Aspekt bei der Zusammensetzung des Publikums keine große Veränderung ergeben.
- **Geschlecht:** Der Anteil von Frauen und Männern in den baden-württembergischen Freilichtmuseen ist ausgeglichen.
- **Bildungsabschlüsse:** Durchschnittlich hat rd. 26% des Publikums ein Studium abgeschlossen, Hauptschulabsolventen und Realschulabsolventen machen zusammen rd. 51% des Publikums aus. Diese Werte schwanken jedoch stark von Museum zu Museum: Während das Museumsdorf Kürnbach im August 2010 nur 14% Akademiker aufwies, erreichte das Freilichtmuseum Beuren bei dieser Gruppe in allen drei Erhebungsphasen durchschnittlich 33%. Gegenüber 1999 sind die Anteile von Personen mit Studienabschluss gleich geblieben, die Anteile von Personen mit Haupt- und Realschulabschluss sind stark zurück gegangen.
- **Besuch anderer Museen:** Rund 30% des Publikums der Freilichtmuseen hat in den letzten 12 Monaten kein anderes Museum besucht, 41% sind höchstens zweimal in einem anderen Museum gewesen. Andererseits: Gleichfalls 30% haben andere Museen drei Mal oder öfter genutzt. Daraus ergibt sich, dass größere Teile des Publikums der Freilichtmuseen nicht zu dem Personenkreis zu rechnen sind, die auch sonst Museen aufsuchen. Freilichtmuseen haben unter diesem Aspekt in großen Teilen ein spürbar anderes Publikum als Museen sonst. Sie erweitern damit unübersehbar das Publikumsspektrum aller baden-württembergischen Museen.
- **Herkunft:** Fast die Hälfte des Publikums der regionalen baden-württembergischen Freilichtmuseen gehört zum „Regionalpublikum“, das bei seiner Anreise maximal 50km zurück gelegt hat. Diese Anteile können bei einzelnen Museen noch sehr viel höher liegen. Direkt aus dem Museumsort/ 20 km Umkreis kommen durchschnittlich 21% der Befragten. Ein reichliches Viertel des Publikums ist aus dem „mittleren Bereich“, das sind das übrige Baden-Württemberg und angrenzende Bundesländer. Zum „Fernpublikum“ (NRW/ andere Bundesländer/ Ausland) gehört im Schnitt rd. 20% des Publikums. Dieser Wert wird allerdings stark durch den großen Einzugsbereich des Schwarzwälder Freilichtmuseums beeinflusst. Andere Museen erreichen beim „Fernpublikum“ lediglich Werte zwischen 5% und 8%. Insgesamt gilt: Das regionale Konzept der baden-württembergischen Freilichtmuseen hat sich bei der Rekrutierung des regionalen Publikums sehr bewährt.
- **Anfahrt:** Der Anteil der Personen, die das Museum mit dem Pkw besuchen, nähert sich im Durchschnitt 90%. Die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel ist minimal (2%), auch der Bahnanschluss (Hohenloher Freilandmuseum) wird mit 4% nur zögerlich genutzt. Zu Fuß und per Rad werden die Museen durchschnittlich in 4% der Fälle erreicht. Als Ziel für Radtouren sind die meisten baden-württembergischen Freilichtmuseen noch nicht entdeckt. Änderungen gegenüber 1999 sind nicht erkennbar.

- **Dauer und Ausgangspunkt der Anfahrt ins Museum:** Im Schnitt brauchen rd. 70% der Befragten höchstens eine Stunde mit dem Auto zu fahren, bis sie das Museum erreicht haben. Die Anteile schwanken von Museum zu Museum, am höchsten ist der Wert für Personen mit kurzer Anreise im Freilichtmuseum Beuren (86%). In rund 70% der Fälle hat die Fahrt ins Museum am Wohnort begonnen, am Urlaubs-/Ferienort sind rund 25% aller Befragten gestartet. Auch hier gibt es erhebliche Unterschiede zwischen den Museen.
- **Anzahl der Besuche:** Der Anteil der Erstbesucher/innen ist mit durchschnittlich 47% außerordentlich hoch. Personen, die mindestens dreimal in einem der Freilichtmuseen waren (Stammpublikum) machen rd. 36% des Publikums aus. 1999 war der Anteil der Erstbesucher/innen noch deutlich höher (plus 10%), das Stammpublikum hatte dagegen nur einen halb so großen Anteil wie heute.
- **Wie lange ist der letzte Besuch her?** Bei denjenigen Personen, die schon einmal in dem jeweiligen Freilichtmuseum waren, hat der letzte Besuch in 41% der Fälle in den letzten 12 Monaten stattgefunden. An diesem Wert wird ein hohes Maß an Besucherbindung erkennbar. Allerdings gibt es auch hier starke Abweichungen zwischen den Museen.
- **Dauer des Museumsbesuchs:** Im Durchschnitt bleiben knapp 40% der Befragten länger als drei Stunden im Freilichtmuseum. Dieser Wert hat sich gegenüber 1999 fast verdoppelt (damals: 22%). Daraus folgt, dass das Angebot der Freilichtmuseen seit 1999 so viel attraktiver geworden ist, dass sich ein erheblich größerer Teil des Publikums dort länger aufhält.
- **Mit wem wurde das Museum besucht?** Es gibt kaum Personen, die das Museum einzeln besuchen (4%). Die häufigste Konstellation ist der Besuch mit dem/ der Partner/in (32%). Familienbesuche (mit Kindern) stehen an zweiter Stelle (28%). Es gibt beim Anteil von Familien im Publikum allerdings starke Unterschiede zwischen den Museen. Den höchsten Familienanteil hat das Hohenloher Freilandmuseum (38%), den geringsten das Odenwälder Freilandmuseum (23%).
- **Touristischer Hintergrund des Besuchs:** Durchschnittlich 13% des Publikums machen zum Zeitpunkt des Besuchs gerade längere Ferien. Dieser Wert wird jedoch stark von der touristischen Publikumsstruktur des Vogtsbauernhofs bestimmt. In anderen Museen liegt dieser Wert höchstens bei 11% (Bauernhausmuseum Wolfegg). Kurzurlauber (= ein oder zwei Übernachtungen) sind mit durchschnittlich 19% erheblich häufiger anzutreffen. In der Mehrheit der Fälle (45%) ist der Besuch im Freilichtmuseum jedoch ein Tagesausflug. Die Bedeutung von Urlaubern für das Publikum der baden-württembergischen Freilichtmuseen zeigt sich auch an den Ergebnissen der Frage, wo die Fahrt ins Museum begonnen wurde (s.o.): Außer beim Freilichtmuseum Beuren liegt der Anteil derjenigen, die die Anfahrt am Urlaubsort begonnen haben, bei allen Museen im zweistelligen Bereich.
- **Zusätzliche Ausflüge:** Knapp ein Drittel des Publikums hat außer dem Freilichtmuseum nach andere Ausflugsziele besucht. Dieser Wert wird jedoch bestimmt vom Ausflugsverhalten des Publikums des Vogtsbauernhofs. In anderen Museen wird diese Möglichkeit sehr viel seltener genutzt.
- **Besuch anderer Freilichtmuseen in Baden-Württemberg:** Rund die Hälfte des Publikums hat mindestens ein weiteres Museum der sieben Freilichtmuseen der Arbeitsgemeinschaft besucht. Häufig (in 45% der Fälle) wurden sogar mehrere der anderen Museen besucht (in Einzelfällen sogar alle sieben). Das am häufigsten besuchte andere Freilichtmuseum ist der Vogtsbauernhof, ansonsten ist die regionale Nähe ausschlaggebend.
- **Ansprache des Publikums:** Werbemedium von überragender Bedeutung ist die Empfehlung (33%), zweitwichtigstes Werbemedium ist die Zeitung (17%). Eine größere Bedeutung haben noch die verschiedenen Einrichtungen der Touristen-Information (10%), der Flyer des Museums (9%) und der Veranstaltungskalender (8%). TV/ Radio und Plakate sind bedeutungslos. Gegenüber 1999 gibt es einige Verschiebungen: Der Wert für Empfehlung war rd. 10% niedriger, die Tagespresse war etwa auf dem gleichen Level (18%), TV/ Radio hatten dagegen eine erheblich größere Bedeutung (11%).

- **Besuchsgrund „Veranstaltung“ vs. „Museum insgesamt“:** In 76% der Fälle sind die Besucher/innen wegen des Museums insgesamt gekommen, in 16% der Fälle war eine besondere Veranstaltung der Grund, in 6% der Fälle eine Sonderausstellung.
- **Erwartungen an den Besuch im Freilichtmuseum:** Die wichtigste Erwartung (70% der Nennungen) ist, bei Besuch im Freilichtmuseum eine Begegnung mit der „guten alten Zeit“ zu haben. An zweiter Stelle steht die Erwartung, über ländliche Kultur und Geschichte informiert zu werden (56%), an dritter Stelle folgt die Erwartung zu erfahren, wie die Menschen früher in den Häusern gelebt haben (51%).
- **Bewertung des Museumsbesuchs:** Die Erreichbarkeit des Museums wird durchschnittlich sehr positiv bewertet (53% „sehr gut“). Auch die Informationen in den Häusern finden Zustimmung (49% „sehr gut“). Schlechter sind die Bewertungen bei der Beschilderung der Wege, der Begehbarkeit des Geländes und der sanitären Anlagen (38%/ 38% / 29% „sehr gut“). Sehr hohe Werte (56% „sehr gut“) werden bei der Freundlichkeit des Personals erreicht. Eher im kritischen Bereich ist durchschnittlich die Bewertung der Museumshops und Museumsgastronomie (29%/ 35% „sehr gut“).
- **Preis-Leistungsverhältnis:** Der Eintrittspreis wird in drei Viertel aller Fälle als angemessen beurteilt, ein Fünftel des Publikums finden den Eintritt sogar günstig.
- **Besucherinterviews:** Wichtig für das Publikum sind die Bezüge zur Herkunftsregion. Für viele Besucher/innen sind Museen Orte, an denen man etwas darüber erfährt, wie schwer das Leben der Menschen „früher“ war. Dabei werden nur selten historische Unterschiede gemacht. Die Häuser selbst spielen bei der Frage, was beim Museumsbesuch gefallen hat, nur eine untergeordnete Rolle, eher werden die Einrichtungen der Häuser genannt. Eine wichtige Rolle spielen auch die Bauerngärten. Oft genannt werden auch Aktionen und Handwerksvorführungen. Feste und Aktionen sind besonders für das regionale Publikum wichtig. Ein anderer Teil des Publikums schätzt die Freilichtmuseen dagegen als landschaftlich „idyllisch“ gelegene Orte der Ruhe und des Rückzugs. Viele Besucher/innen kennen andere Freilichtmuseen (in anderen Bundesländern und im Ausland) und vergleichen sie mit dem Museum, in dem sie sich gerade aufhalten. Für das regionale Publikum ist das Freilichtmuseum ein wichtiges ländliches Kulturzentrum und attraktiver Veranstaltungsort.
- **Kinderbefragung:** Kinder schätzen Freilichtmuseen „insgesamt“ und erwerben dabei eine spürbar positive Einstellung. Für sie ist die Situation des Museumsbesuchs wichtig, auch die landschaftliche Einbettung des Museums (Gärten, Teiche) spielt eine Rolle beim positiven Erlebnis. Kinder interessieren sich besonders für Details an den Häusern, für Aktivitäten und für Tiere. Sie lieben es, auf selbstständige Entdeckungstouren zu gehen und freuen sich über verständliche Erklärungen, die es ihnen ermöglichen, das Museum „auf eigene Faust“ zu erkunden.

Anhang: Erhebungsinstrumente



Oberschwäbisches Museumsdorf Kürnbach

August 2010

Wir wollen unser Publikum besser kennen lernen!

1. Sind Sie zum ersten Mal im Museumsdorf Kürnbach?

zum ersten Mal zum dritten Mal oder öfter
 zum zweiten Mal

2. Wenn Sie schon einmal im Museumsdorf Kürnbach waren: Wann war Ihr letzter Besuch?

in den letzten 12 Monaten vor zwei oder drei Jahren Ist länger her

3. Was hat Ihnen heute besonders gefallen? (bitte in Stichworten eintragen, ggf. Rückseite nutzen!)

4. Was hat Sie gestört? Hat Ihnen etwas gefehlt? (bitte in Stichworten eintragen!)

5. Wie lange haben Sie sich im Gelände aufgehalten?

bis eine Stunde bis 3 Stunden
 bis 2 Stunden Länger als 3 Stunden

6. Mit wem sind Sie heute im Museum?

allein andere Familienmitglieder
 mit Partner/in mit Bekannten
 Eltern (teil) mit Kind/ern mit einer Gruppe
 Anderes .. (bitte nennen)

7. Grund des Besuchs

das Freilichtmuseum insgesamt Veranstaltung oder Fest
 Sonderausstellung Anderes (bitte nennen) ...

8. Welche Informationen waren wichtig für Ihre Entscheidung, das Museum zu besuchen? (höchstens zwei Kreuzel!)

Empfehlung durch Bekannte
 Empfehlung durch Hotel/ Pension
 Tourismus-Information/ Verkehrsbüro/ Gästezeitung
 Tageszeitung
 Plakat
 Flyer/ Prospekt des Museums
 Veranstaltungskalender des Museums
 Fernsehen/ Radio
 zufällig vorbei gekommen
 Anderes, und zwar ...

9. Haben Sie sich vor dem Besuch die Internetseite des Museums angeschaut?

Ja nein

10. Was erwarten Sie vom Besuch im Freilichtmuseum? (bitte höchstens drei Kreuzel)

eine Begegnung mit der „guten alten Zeit“	<input type="checkbox"/>
Entspannung und etwas Unterhaltung	<input type="checkbox"/>
etwas mit der Familie/ Freunden gemeinsam erleben	<input type="checkbox"/>
Vorführungen, bei denen man auch selbst etwas tun kann	<input type="checkbox"/>
etwas über die Leute erfahren, die in den Häusern gewohnt haben	<input type="checkbox"/>
über ländliche Kultur und Geschichte informiert werden	<input type="checkbox"/>

11. Wie beurteilen Sie ...

	Sehr gut	schlecht
Erreichbarkeit des Museums (Hinweisschilder etc.)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Kasse und Eingangsbereich	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Beschilderung der Wege im Museum	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Begehrbarkeit des Geländes	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Informationen in den Häusern	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Freundlichkeit des Personals	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Gastronomie/ Gaststätte	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Angebot des Museumsladens	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Sanitäre Anlagen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

Für Anmerkungen bitte die Rückseite des Fragebogens nutzen!

12. Wie beurteilen Sie den Eintrittspreis im Verhältnis zu dem, was geboten wird?

günstig etwas zu teuer
 angemessen viel zu teuer

13. Welche anderen Freilichtmuseen in Baden-Württemberg haben Sie schon besucht?

Odenwälder Freilandmuseum Gottersdorf	<input type="checkbox"/>
Hohenloher Freilandmuseum Wackershofen	<input type="checkbox"/>
Freilichtmuseum Beuren	<input type="checkbox"/>
Schwarzwälder Freilichtmuseum Gutach/ Vogtsbauernhof	<input type="checkbox"/>
Oberschwäbisches Museumsdorf Kürnbach	--
Freilichtmuseum Neuhausen o.E.	<input type="checkbox"/>
Bauernhausmuseum Wolfegg	<input type="checkbox"/>

14. Wohnort (Heimatort)

Museumsort/ bis 20 km Umkreis Bayern
 bis 50 km Umkreis NRW
 übriges Baden-Württemberg anderes Bundesland (bitte nennen!)
 Hessen Ausland (bitte nennen!)

Bitte nennen Sie Ihre Postleitzahl (Heimatort):

Bitte wenden





Besucher-Interview
Freilichtmuseum Vogtsbauernhof
(So., 29.8.2010, „Kinder- und Familienfest“)

1. Sind Sie zum **ersten Mal** im Vogtsbauernhof?

2. Paar/ Familie/ Einzelperson m/w, Kinder, Jahre alt

3. Herkunft:

4. Wie hat es Ihnen heute im Freilichtmuseum Vogtsbauernhof gefallen?

Was vor allem? Was gefällt Ihnen am Museum besonders?

Wenn Familie: Was gefällt Ihnen als Familie im Vogtsbauernhof besonders?

5. Gab es auch Dinge, die Ihnen nicht gefallen haben? Hat Ihnen etwas gefehlt?

5. Gab es auch Dinge, die Ihnen nicht gefallen haben? Hat Ihnen etwas gefehlt?

6. Haben Sie Anregungen/ Verbesserungsvorschläge?

