



Für die Menschen.  
Für Westfalen-Lippe.

Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen,  
zur Vorbereitung unserer Tagung „Das Publikum im Blick“ am 7./8.11.2013 im LWL-Freilichtmuseum Hagen möchten wir uns einen Überblick über den Einsatz von Besucherforschung in westfälischen Museen (und darüber hinaus) verschaffen. Bitte füllen Sie diesen Fragebogen aus – es dauert rund 15 Minuten - und senden ihn zurück an das LWL-Freilichtmuseum Hagen. Die Ergebnisse werden auf der Tagung vorgestellt. Danke für Ihre Unterstützung!

Den ausgefüllten Fragebogen bitte bis zum 4.9.2013 zurück senden an:

Dr. Uwe Beckmann  
LWL-Freilichtmuseum Hagen  
Mäckingerbach  
58091 Hagen

Bitte senden Sie den Fragebogen auch zurück, wenn Sie angekreuzt haben, dass bei Ihnen **keine Erfahrungen mit Besucherstudien/Evaluation** vorliegen!

**1. Hat Ihr Museum in den letzten fünf Jahren Besucherstudien oder Evaluationen durchgeführt bzw. in Auftrag gegeben?**

ja  nein (Bitte weiter bei Frage 12!)

**2. Um wie viel Besucherstudien/Evaluationen handelt es sich in diesem Zeitraum?**

eine Besucherstudie/Evaluation  zwei Besucherstudien/Evaluationen  
 drei Besucherstudien/Evaluationen  vier oder mehr Besucherstudien/Evaluationen

**3. Worum ging/geht es in den Erhebungen, die Sie durchgeführt haben bzw. in Auftrag gegeben haben vor allem?**

|  | Ja                       | nur am Rande             | nein                     |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Zusammensetzung des Publikums kennen lernen (Besucherprofile = Herkunft/Besuchshäufigkeit/Alter etc.)    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| einzelne Zielgruppen besser kennen lernen (z. B. Senioren, Menschen mit Migrationshintergrund, Familien) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Nutzung von Flyern/Wahrnehmung von Plakaten etc.)                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Besuchern/innen feedback ermöglichen (was hat gestört/was hat gefallen? Wünsche/Anregungen)              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Servicequalität ermitteln  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| touristische Einbindung des Museumsbesuchs ermitteln   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Motive des Publikums zum Museumsbesuch kennen lernen   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| tatsächliche Nutzung des Museums und einzelner Exponate kennen lernen                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

|  | Ja                       | nur am Rande             | nein                     |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Vermittlungsarbeit (Führungen/museumspädagogische Programme) evaluieren                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Verständnis und Akzeptanz von Ausstellungen, Texten oder anderen Medien ermitteln                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Besucher/innen partizipieren lassen (z. B. Wünsche für zukünftige Programme/Ausstellungen ermitteln) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Audience Development: Ansatzpunkte finden, um neue Besucherschichten zu gewinnen                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Es ging bei den Erhebungen noch um andere Dinge, und zwar .. (Bitte eintragen!)

**4. Erhebungsmethoden: Welche Methoden wurden bzw. werden bei den o.a. Besucherstudien/Evaluationen eingesetzt? (Bitte Zutreffendes ankreuzen!)**

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | „Mini-Fragebögen“, Kommentar-Kärtchen o. ä., die am Ausgang/an der Kasse ausgelegt wurden |
| <input type="checkbox"/> | längere Fragebögen, die am Ausgang/an der Kasse ausgelegt wurden                          |
| <input type="checkbox"/> | längere Fragebögen, die durch spezielles Befragungspersonal verteilt wurden               |

**Bitte wenden!**

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Besucherviews durch spezielles Befragungspersonal  |
| <input type="checkbox"/> | Besucherviews per Tablet-PC  |
| <input type="checkbox"/> | Online-Befragungen (z. B. auf der Website des Museums)                                   |
| <input type="checkbox"/> | Befragungsterminals/Touchscreens im Museum   |
| <input type="checkbox"/> | spezielle Gesprächsrunden mit Besuchern/innen (Fokusrunden)                              |
| <input type="checkbox"/> | Besucherbeobachtung  |
| <input type="checkbox"/> | Andere Methoden, und zwar <i>(bitte detailliert beschreiben, evtl. Blatt beilegen !)</i> |

**5. Welche Zielgruppen wurden/werden durch Ihre Besucherstudien/Evaluationen erfasst?**

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | allgemeines Publikum des Museums insgesamt   |
| <input type="checkbox"/> | Publikum von Sonderausstellungen   |
| <input type="checkbox"/> | Publikum bestimmter Teile des Museums  |
| <input type="checkbox"/> | spezielle erwachsene Gruppen (z.B. Teilnehmer/innen an Führungen)                  |
| <input type="checkbox"/> | Jugendliche/Kinder/Schulklassen/Teilnehmer/innen an museumspädagogischen Angeboten |
| <input type="checkbox"/> | Teilnehmer/innen an „Events“ (Lange Nacht/Museumsfest/Tag der offenen Tür etc.)    |
| <input type="checkbox"/> | andere Gruppen, und zwar <i>(bitte nennen!)</i>                                    |

**6. Wie groß waren die Stichproben bei Ihren Erhebungen?**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> unklar/keine bestimmte Stichprobe | <input type="checkbox"/> 100 oder weniger |
| <input type="checkbox"/> bis 300                           | <input type="checkbox"/> bis 600          |
| <input type="checkbox"/> bis 1000                          | <input type="checkbox"/> über 1000        |

Anmerkungen zur Stichprobe:

**7. Durch wen wurden die o. a. Besucherstudien/Evaluationen realisiert?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> selbst durchgeführt/durch eigene Mitarbeiter/innen (z. B. Praktikanten) | <input type="checkbox"/> durch externes Institut/Marketingbüro                                       |
| <input type="checkbox"/> durch ein Universitätsinstitut  | <input type="checkbox"/> individuelle wissenschaftliche Arbeit (z. B. Masterarbeit/Studentenprojekt) |
| <input type="checkbox"/> anderes.. (bitte nennen!)   |  |

**8. Wenn Sie die Befragung selbst durchgeführt haben: Gab es eine fachliche Beratung?**

- nein       ja, Beratung durch .. *(bitte nennen!)*

**9. Wie würden Sie Ihre Erfahrungen mit Besucherstudien/Evaluationen insgesamt beschreiben?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> sehr positiv, hat viel für unser Museum gebracht | <input type="checkbox"/> insgesamt positiv, hatte mir jedoch mehr versprochen      |
| <input type="checkbox"/> eher enttäuschend                                | <input type="checkbox"/> andere Erfahrungen, und zwar .. <i>(bitte eintragen!)</i> |

**10. Worin lag für Sie der größte Gewinn?**

*(bitte in Stichworten beschreiben!)*

**11. Wo lagen die größten Probleme? Was sollte bei zukünftigen Studien anders gemacht werden?**

*(bitte in Stichworten beschreiben!)*

**12. Nur wenn in Ihrem Museum noch keine Besucherbefragungen durchgeführt wurden: Was sind die wichtigsten Gründe?**

- nicht erforderlich/nicht sinnvoll       zu aufwendig/zu teuer  
 gibt keine bestimmten Gründe/noch nicht diskutiert       Wir planen eine Besucherbefragung, wurde aber noch nicht realisiert  
 andere Gründe, und zwar .. *(bitte nennen!)*

**13. Eine Frage zum Schluss: Wir möchten uns in der Tagung „Das Publikum im Blick“ am 7./8.11. auch mit zukünftigen Aufgabenfeldern für Besucherstudien und Evaluationen beschäftigen. Gibt es Anliegen, bei denen in Zukunft aus Ihrer Sicht Schwerpunkte von Besucherforschung liegen sollten?**

ja, gibt es, und zwar .. *(bitte nennen!)*

nein, gibt es nicht

**Haben Sie Material und Unterlagen zu Besucherstudien/Evaluationen an Ihrem Museum (Fragebögen, Berichte etc.), die auch für andere Kollegen/innen interessant sein können?  
Bitte dem ausgefüllten Fragebogen beilegen! Danke.**

***Bitte tragen Sie noch Ihre Kontaktdaten ein:***

|                  |  |
|------------------|--|
| Museum:          |  |
| Ansprechpartner: |  |
| Telefon:         |  |
| Mail:            |  |

**Danke** für Ihre Mitarbeit!

Sie können den ausgefüllten Fragebogen gern **auch per Fax** zurück senden an: Fax: 0049 2331 7807-198

Bitte senden Sie den Fragebogen auch zurück, wenn Sie angekreuzt haben, dass bei Ihnen **keine Erfahrungen mit Besucherstudien** vorliegen!