

## Hauptthema

### Eine Besucherbefragung am Linden-Museum Stuttgart, Staatliches Museum für Völkerkunde

Ulrike Buhl/Dr. Raimund Vogels

Repräsentative  
Ergebnisse über ...

Im Laufe eines Jahres wurden 1994/95 in vier Erhebungsphasen neben dem "wer - woher - warum" auch subjektive Eindrücke der Besucher erfragt: Fühlt sich der Besucher im Linden-Museum wohl? Findet er die Texte interessant, informativ und verständlich? Und für welche Themen interessiert er sich besonders?

Die Untersuchung wurde mit empirisch-sozialwissenschaftlichen Methoden durchgeführt. Nun liegen repräsentative Ergebnisse vor, das heißt generalisierbare Aussagen über den Besucher des Linden-Museums können als Entscheidungskriterien für die zukünftige Arbeit des Museums herangezogen werden. Die folgende Auswahl relevanter Ergebnisse gibt einen kurzen Überblick.

Daß diese Studie mit ca. 1700 ausgewerteten Erhebungsbögen auf einem soliden Fundament steht, haben wir dem Einsatz unserer Befrager zu verdanken und nicht zuletzt unseren Besuchern. Unerwartet viele haben sich Zeit genommen und bereitwillig den recht umfangreichen Fragenkatalog beantwortet, dafür auch an dieser Stelle herzlichen Dank. Das Institut für Museumskunde, Staatliche Museen Berlin, ermöglichte die Auswertung an den dortigen Rechnern. Für die großzügige Unterstützung danken wir dem Leiter des Instituts, Herrn Dr. Bernhard Graf und besonders Frau Monika Hagedorn-Saupe.

#### *1. Ziele, Zielgruppen und Methode sowie zeitlicher Verlauf der Untersuchung*

##### *1.1 Untersuchungsziele*

... Besucher, deren  
Verhalten und  
Einschätzungen

Die Untersuchung soll Besucherprofil , Besucherverhalten und subjektive Einschätzungen der Besucher erschließen.

Das Besucherprofil gibt Aufschluß über Alter und Geschlecht der Besucher, deren formale Bildung, Stellung im Erwerbsleben und Mobilität sowie über ihre Freizeitaktivitäten im kulturellen Bereich wie z.B. die Häufigkeit ihrer Museumsbesuche und das Interesse an bestimmten Museumstypen.

Zum Besucherverhalten zählen z.B. Dauer und Tageszeit des Besuchs, Besuch bestimmter Abteilungen, Besuch von Sonderausstellungen im Linden-Museum und ähnliches.

Schließlich werden konkrete Rückmeldungen und subjektive Einschätzungen zu den Ausstellungen im Linden-Museum erwartet, z.B. die Erinnerung an bestimmte Objekte oder Themen, positive und negative Bemerkungen sowie Veränderungsvorschläge.

## 1.2 Stichprobe und Untersuchungsmethode

Hier ist die Untersuchung der Einzelbesucher<sup>1)</sup> dargestellt, also von Personen, die allein oder in Begleitung Ausstellungen des Linden-Museums besuchen und nicht zu einer organisierten Gruppe gehören.

Schriftliche Ausgangs-  
befragung ...

Die Untersuchung wurde als schriftliche Ausgangsbefragung mit Hilfe der Zufallsstichprobe durchgeführt. Ein geschulter Befrager wählte je nach Besucheraufkommen jeden dritten, fünften oder zehnten Besucher über 13 Jahre beim Verlassen des Museums aus. Diese wurden gebeten, den Fragebogen selbständig an einem dafür bereitgestellten Tisch auszufüllen.

## 1.3 Zeitlicher Verlauf

Zwischen März 1994 und Februar 1995 wurden vier Erhebungsphasen mit unterschiedlichen Rahmenbedingungen durchgeführt.

... in vier Erhe-  
bungsphasen ...

1. Phase: 26. März bis 10. April 1994

Besonderheiten: Osterferien in Baden-Württemberg (28.03.-08.04.94) Sonderausstellung: "Kanga - Sprechende Tücher aus Ostafrika" im Sonderausstellungsraum, Veranstaltungen: im Vortragssaal und im Projektionsraum.

2. Phase: 23. Juli bis 7. August 1994

Besonderheiten: Schulferien, Sonderausstellung: "Gemaltes Land - Kunst der Aborigines aus Arnhemland, Nordaustralien" im Sonderausstellungsraum und im großen Vortragssaal (Wannesaal), Veranstaltungen: keine.

... mit unterschiedlichen  
Rahmenbedingungen

3. Phase: 1. bis 16. Oktober 1994

Besonderheiten: keine Schulferien, Montag, 3. Oktober ("Tag der Deutschen Einheit") geschlossen, Sonderausstellung: keine. Veranstaltungen: im Vortragssaal und im Projektionsraum.

4. Phase: 28. Januar bis 12. Februar 1995

Besonderheiten: keine Schulferien. Sonderausstellung: "Madagaskar - Land zwischen den Kontinenten" im Sonderausstellungsraum, Veranstaltungen: im Vortragssaal und im Projektionsraum.

1) Zu den Ergebnissen der Befragung der Gruppenleiter und der Besucher von Abendveranstaltungen im Linden-Museum Stuttgart siehe Buhl/Vogels 1995, Tribus Band 44.

Da ab Januar 1995 alle staatlichen Museen in Stuttgart außer dem Linden-Museum Eintrittsgeld erheben und parallel zu der Befragung im Linden-Museum seit Herbst 1994 auch in der Staatsgalerie Stuttgart Besucher befragt wurden, wurde - entgegen der

ursprünglichen Planung - die 4. Erhebungsphase zusätzlich durchgeführt.

## *2. Ergebnisse der Befragung der Einzelbesucher*

Während der vier Erhebungsphasen besuchten insgesamt 17 731 Einzel- und Gruppenbesucher das Museum. Davon waren über 35 Prozent Kinder unter 13 Jahren, die zwar gezählt, aber nicht befragt wurden. 14 647 Besucher kamen als Einzelbesucher.

An welchen Tagen kamen die Besucher?

Der Bericht stützt sich auf die Auswertung von 1 686 Fragebögen, die sich entsprechend dem Besucheraufkommen folgendermaßen auf die vier Erhebungsphasen verteilen:

Aus der 1. Phase erhielten wir 594 Fälle (35 %), aus der 2. Phase 373 Fälle (22 %), die 3. Phase ergab 247 Fälle (14 %) und in der 4. Phase erhielten wir 472 Fälle (28 %).

Die Mehrzahl der Besucher (57 %) befragten wir an einem Samstag, Sonntag oder Feiertag. Zwar enthielt die 1. Phase mit dem Ostermontag einen zusätzlichen Feiertag, der wie ein Sonntag gewertet werden muß, und ein Werktag (Karfreitag) entfiel dafür. Bei Ausschluß der 1. Phase ergibt sich jedoch für die Phasen II bis IV dieselbe Relation von Besuchern an Werk- und Wochenendtagen.

Ein Drittel derjenigen Besucher, die das Museum an Werktagen besuchen, kommen an einem Mittwoch. Hier ist zu beachten, daß das Linden-Museum mittwochs bis 20 Uhr geöffnet ist und um 18 Uhr eine öffentliche Führung stattfindet.

Der Fragebogen enthielt drei große Komplexe:

1. Besucherprofil
2. Besucherverhalten
3. Persönliche Äußerungen der Besucher

### *2.1 Besucherprofil*

Das Besucherprofil wird aus den persönlichen Daten wie Alter, Geschlecht oder Wohnort, aber auch aus den Angaben zur formalen Bildung, der Stellung im Erwerbsleben und zum Tätigkeitsbereich ermittelt.

### 2.1.1 Geschlecht und Alter

Während der vier Erhebungsphasen wurden 781 (46,3 %) Männer und 883 (52,4 %) Frauen befragt. 9 Befragte antworteten nicht auf diese Frage und 13 Antworten waren nicht auswertbar.

Befragte Einzelbesucher  
zu 80 % jünger als 50  
Jahre

Während der Phasen I, III und IV ist die Anzahl an männlichen und weiblichen Besuchern etwa ausgeglichen, während der zweiten Erhebungsphase wurden allerdings 60 Prozent Frauen und 40 Prozent Männer befragt. Dieselbe Verteilung (60:40) findet man während aller Phasen an Werktagen, während an Wochenenden und Feiertagen jeweils der gleiche Anteil an Männern und Frauen das Museum besuchte.

Die Altersspanne der befragten Einzelbesucher reicht von 13 bis 87 Jahren. Insgesamt waren 80 Prozent der befragten Einzelbesucher jünger als 50 Jahre, jeder dritte zwischen 30 und 39 Jahren alt.

Erstbesucher auffallend  
jung

Jeweils 20 Prozent der Besucher, die in Begleitung kommen, sind zwischen 13 und 29 Jahren bzw. 50 Jahre oder älter. Die übrigen 60 Prozent gehören zur Altersgruppe der 30- bis 49jährigen. Bei den Besuchern, die das Museum allein besuchen, ist die Altersverteilung auffällig anders: Dort ist jeder vierte jünger als 30 Jahre, mit 40 Prozent sind die 30- bis 49jährigen vertreten und 30 Prozent sind 50 Jahre oder älter. Bei den Erstbesuchern ist die Altersgruppe unter 30 Jahren mit über 30 Prozent besonders stark vertreten.

An den Wochenenden besuchen besonders viele 30- bis 49jährige (60 %) das Museum, die an Werktagen mit weniger als der Hälfte vertreten sind. Dann kommen häufiger die Besucher unter 30 (25 %) und über 60 (10 %) Jahren.

### 2.1.2 Formale Bildung, Stellung im Erwerbsleben, Tätigkeitsbereiche

Die Frage nach der gegenwärtigen Stellung der Besucher im Erwerbsleben gibt Aufschluß darüber, wie flexibel die Besucher hinsichtlich ihrer Zeit und ihrer finanziellen Möglichkeiten sind.

45 % der Befragten sind  
nicht oder nur teilweise  
erwerbstätig...

15 Prozent der Befragten sind nur teilweise erwerbstätig, über 30 Prozent sind nicht erwerbstätig. Entsprechend zählt etwa jeder zweite Befragte zu den Vollbeschäftigten: davon geben 40 Prozent „Arbeiter“ als Beruf an. 12 Prozent gehörten zur Gruppe der Angestellten, Beamten oder Selbständigen.

Dennoch sind 35 Prozent der Besucher uneingeschränkt bereit, Eintritt zu bezahlen, 28 Prozent nur dann, wenn Ermäßigungen gewährt werden. Ebensoviele würden sich einen Besuch jedoch genau überlegen, wenn Eintritt verlangt würde und 8 Prozent lehnen ihn ab. Dabei würden immerhin 40 Prozent bis zu 5 DM bezahlen, 30

Prozent bis zu 3 DM und 11 Prozent bis zu 2 DM. 6 Prozent konnten sich über die Höhe nicht entscheiden und 8 Prozent beantworteten diese Frage nicht.

... knapp 30 % gehören den Tätigkeitsbereichen Unterricht, Erziehung, Kunst und Kultur an

Unabhängig von ihrer Erwerbstätigkeit haben die Befragten Auskunft über ihren Tätigkeitsbereich gegeben: Knapp 30 Prozent der Besucher kommen aus den Bereichen Unterricht, Erziehung, Kunst und Kultur, und ebenso viele aus der Industrie, der Landwirtschaft oder arbeiten als Handwerker. 20 Prozent der Befragten arbeiten in den Bereichen Handel, Banken oder Dienstleistungen und je 10 Prozent sind in den Bereichen Verwaltung/Recht tätig oder machten sonstige Angaben wie z.B. Gesundheitswesen, soziale Dienste oder Entwicklungshilfe. An Werktagen ist jedoch der Anteil von Besuchern aus dem Bereich Pädagogik/Kultur mit 35 Prozent besonders hoch.

Besucher mit einfachen Bildungsabschlüssen wie Haupt- oder Realschulabschluß sind mit knapp 40 Prozent ebenso stark vertreten wie Besucher mit Hochschul- oder Fachhochschulabschlüssen. Die verbleibenden 20 Prozent hatten Abitur bzw. eine Fachschule absolviert.

### 2.1.3 Wohnort und Art der Anreise

Ein knappes Drittel kommt aus Stuttgart ...

Bezogen auf alle Befragten kommt jeweils ein knappes Drittel der Besucher aus Stuttgart, aus dem Einzugsbereich der S-Bahn und aus der übrigen Bundesrepublik. Nur 3 Prozent kommen aus dem Ausland. Vertreten sind hier vor allem europäische Länder wie Frankreich, Großbritannien, die Schweiz, Österreich und die Benelux-Staaten, aber auch Besucher aus Rußland, Afrika und den USA.

... ein weiteres Drittel aus dem Einzugsbereich der S-Bahn

80 Prozent (1 356 Befragte) geben ihren Wohnort genau an. Von diesen kommt ein Viertel direkt aus Stuttgart, doch jeder Dritte nennt einen Ort in Baden- Württemberg, der über 50 km von Stuttgart entfernt ist und 10 Prozent kommen aus anderen Bundesländern.

Die Frage welches Verkehrsmittel die Besucher zur Anfahrt benutzen, ist in der ersten Erhebungsphase nicht gestellt worden. Demzufolge können wir hier nur von 1 092 Befragten ausgehen, das sind 65 Prozent aller Befragten. Von ihnen reisten über die Hälfte mit dem PKW an, ein Viertel mit öffentlichen Verkehrsmitteln (VVS) und je ca. 10 Prozent mit der Fernbahn oder sie kamen zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad.

Viele Besucher benutzen den PKW ...

Bezieht man die Entfernung zum Museum mit ein, so zeigt sich, daß 40 Prozent (!) der Stuttgarter, zwei Drittel der im Einzugsbereich der S-Bahn wohnenden und jeder zweite aus der übrigen BRD mit dem PKW zum Museum kommen. Nur 30 Prozent der S-Bahn-Anwohner und ein Drittel der Stuttgarter nutzen die öffentlichen Verkehrsmittel.

Betrachtet man nur die 853 Besucher, die auf diese Frage geantwortet haben, überwiegt an Werktagen die Anreise mit dem PKW (36,8 %) nur knapp die mit öffentlichen Verkehrsmitteln (34,6 %). An Wochenenden allerdings verringert sich die Zahl der Benutzer öffentlicher Verkehrsmittel auf 21 Prozent, während der Anteil an PKW-Benutzern auf 60 Prozent steigt. Angesichts dieser Zahlen erscheinen die häufigen Klagen über den Parkplatzmangel nicht verwunderlich.

## 2.2. *Besucherverhalten im Linden-Museum und Umgang mit Museen allgemein*

... und das vor allem am  
Wochenende

Neben den demographischen Daten erfragten wir Verhaltensweisen der Besucher im Zusammenhang mit Museen, z.B. Angaben über die Besuchssituation, also ob die Befragten allein oder mit anderen Personen das Linden-Museum besuchen, Angaben zur Anzahl ihrer Besuche von Museen und kulturellen Veranstaltungen im letzten Jahr sowie welche Arten von Museen, Veranstaltungen und Vermittlungsweisen sie bevorzugen. Besonders interessant ist in diesem Zusammenhang auch der Vergleich von Erst- und Wiederholungsbesuchern.

### 2.2.1 *Besuchssituation*

Das Linden-Museum  
spricht besonders  
Familien an

Über 80 Prozent aller Besucher kommen gemeinsam mit anderen Personen ins Linden-Museum. An den Wochenenden liegt der Prozentsatz sogar bei 85 Prozent. Davon sind über die Hälfte in Begleitung ihrer Partner, etwa ein Viertel kommen mit Eltern, Geschwistern oder sonstigen Verwandten und 15 Prozent mit Freunden, Bekannten oder Kollegen. Die an den Werktagen Befragten unterscheiden sich vor allem in einer Hinsicht: nur ein Viertel von ihnen kommt in Begleitung ihrer Partner.

618 Personen, also etwa die Hälfte aller Befragten, kamen mit Kindern. Der größte Teil von ihnen (569) gab die Anzahl an, die bei insgesamt 1 122 lag.

Mehrfachnennungen waren hier möglich. Betrachtet man alle Kombinationsmöglichkeiten, so zeigt sich, daß nur 10 Prozent der Besucher nicht mit Partner, Kind und/oder Verwandten kommen. Das Linden-Museum spricht besonders Familien an und muß in diesem Rahmen als eine wichtige Institution kultureller Bildung betrachtet werden.

### 2.2.2 Erstbesucher und Wiederholungsbesucher

Zwei Drittel sind  
Wiederholungsbesucher

Zwei Drittel der Befragten kennen das Linden-Museum schon von einem früheren Besuch. 40 Prozent dieser Wiederholungsbesucher sind schon mehr als dreimal im Haus gewesen. Besonders interessant ist hier z.B. welche Sonderausstellungen und Veranstaltungen die Wiederholungsbesucher im Linden-Museum gesehen haben, und in welchen Abteilungen sie sich bei diesem Besuch aufhielten.

Für die Frage wie die Befragten auf das Museum bzw. diese Ausstellung aufmerksam geworden sind, richten wir besonderes Augenmerk auf die Erstbesucher.

Erstbesucher kommen in  
Begleitung, Wieder-  
holungsbesucher schon  
eher mal allein

Die Besuchssituation der Erstbesucher unterscheidet sich deutlich von derjenigen der Befragten, die mehr als dreimal hier waren. Denn fast 90 Prozent der Erstbesucher und derjenigen, die bereits ein- bis dreimal hier waren, kamen in Begleitung. Wer aber schon öfter als dreimal im Linden-Museum war, kommt häufiger auch allein.

Insgesamt sind die Erstbesucher jünger als die Wiederholungsbesucher und bringen nur in 12 Prozent der Fälle Kinder mit, gegenüber einem Viertel der Wiederholungsbesucher. Über 50 Prozent der mindestens dreimal hiergewesenen sind 40 Jahre oder älter, während bei den anderen Besuchern nur etwa ein Drittel zu dieser Altersgruppe gehört.

Jeder zweite Wieder-  
holungsbesucher aus  
Stuttgart

Vor allem Menschen aus Stuttgart und dem Einzugsgebiet der S-Bahn gehören zu den häufigeren Besuchern des Linden-Museums. Daß also fast jeder zweite der öfter als dreimal im Linden-Museum gewesenen Besucher direkt aus Stuttgart kommt, wundert nur wenig. Auffallend ist aber, daß immerhin gut 20 Prozent von ihnen in Orten der Bundesrepublik wohnen, die über 50 km von Stuttgart entfernt liegen. Bei den Erstbesuchern kehrt sich dieses Verhältnis um.

Bedeutsam ist die Tatsache, daß die Häufigkeit der Wiederholungsbesuche mit der Höhe des Bildungsabschlusses korreliert. Fachhochschul- oder Hochschulabsolventen sprechen die Ausstellungen stärker an, sie kommen häufiger wieder als Besucher mit niedrigeren Bildungsabschlüssen.

Die Erstbesucher halten sich deutlich länger im Museum auf als die Wiederholungsbesucher: Jeder zweite Erstbesucher gab an, ein bis zwei Stunden im Haus gewesen zu sein, ein Viertel sogar länger als zwei Stunden. Dagegen verbringen nur knapp 60 Prozent der Wiederholungsbesucher mehr als eine Stunde hier, 10 Prozent sogar nur etwa eine halbe Stunde.

### 2.2.3 Besuch der Abteilungen

Etwa jeder dritte sieht sich wenigstens eine Dauerausstellung in allen drei Stockwerken an. Die Nennungen nehmen bei den oberen Stockwerken deutlich ab: über 90 Prozent sehen mindestens eine der Dauerausstellungen im Erdgeschoß und/oder die Sonderausstellung. Die Ausstellungen im 1.Stock werden noch zu 60 Prozent besucht und etwa die Hälfte aller Befragten gelangt auch in den 2. Stock.

Spitzenreiter sind die Abteilungen Amerika und Südsee

Besonders frequentiert sind die Abteilungen "Amerika" und "Südsee". Während der ersten Erhebungsphase war die Orient-Ausstellung wegen Umbaus geschlossen. Ein Vergleich ist deshalb nur für die Phasen II bis IV möglich. Aus diesen Phasen haben sich 1 092 Fälle ergeben, davon 357 Erstbesucher und 730 Wiederholungsbesucher.

Sonderausstellungen von Wiederholungs-besuchern bevorzugt

Die prozentuale Verteilung der Nennungen zeigt auch, daß die Wiederholungsbesucher eher die Sonderausstellungen frequentieren, deren Besuch bei den Erstbesuchern deutlich hinter den ständigen Ausstellungen steht. Bei der Beurteilung durch die Besucher finden sich oft Kommentare wie "Die Sonderausstellung ist zu teuer" bzw. "zu klein und zu teuer".

Von allen Sonderausstellungen erhielt die Ausstellung "Gemaltes Land", die während der zweiten Erhebungsphase gezeigt wurde, die meisten Nennungen. Sie konnte sogar in der Zeit der Befragung von allen Abteilungen die meisten Nennungen verbuchen, während die anderen Sonderausstellungen hinter den Dauerausstellungen bleiben.

Ein Fünftel besucht gezielt eine bestimmte Abteilung

Über 20 Prozent der Befragten haben sich nur eine Abteilung angesehen. Von diesen waren mehr als 60 Prozent schon dreimal oder öfter im Linden-Museum, knapp 20 Prozent zählen zu den Erstbesuchern. 60 Prozent dieser Besucher sehen sich gezielt die Sonderausstellung an, 13 Prozent die Amerika-Abteilung, 7 Prozent die Orient-Abteilung, jeweils 6 Prozent die Afrika- und die Ostasien-Abteilung und je etwa 3 Prozent die Südsee- und die Südasien-Abteilung. Trotz des Besuchs nur einer Abteilung bleiben fast 70 Prozent dieser Besucher eine bzw. ein bis zwei Stunden im Museum, 17 Prozent sogar länger. Ein knappes Drittel nimmt an einer Führung teil - gegenüber 10 Prozent aller Besucher - und jeder zweite nutzte eines der zusätzlichen Angebote, v.a. den Bücher-Verkauf (20 %) und das Café (30 %).

Überdurchschnittlich viele der Besucher, die nur eine Abteilung ansehen, kommen allein (30 %). Drei Viertel wohnen in der näheren Umgebung: knapp die Hälfte kommt aus Stuttgart und je ein Viertel aus dem S-Bahn-Bereich.

Befragte gehören zu den Museumsfreunden

Besucher, die nur eine Abteilung gesehen haben, gehen oft ins Museum. Weniger als 3 Prozent geben an, in den letzten 12 Monaten kein Museum und keine Ausstellung gesehen zu haben. Beinahe 70 Prozent dagegen hatten vier oder mehr besucht.

#### *2.2.4 Interesse für Museen, Häufigkeit der Museumsbesuche*

Die Besucher des Linden-Museums zählen zu den ausgesprochenen Museumsfreunden. 30 Prozent geben an, wenigstens ein Museum in Baden-Württemberg besucht zu haben. Je ein Viertel der Erstbesucher und der bis zu dreimaligen Wiederholungsbesucher sowie die Hälfte derjenigen, die mehr als dreimal hier waren, haben in den 12 Monaten vor der Befragung öfter als fünfmal ein Museum oder eine Ausstellung besucht.

Nach den Völkerkundemuseen (70 %) genießen die Naturkundemuseen (60 %) das besondere Interesse des Linden-Museum-Besuchers. Erst danach interessiert er sich für Kunstmuseen (50 %).

Von den Stuttgarter Museen liegt jedoch die Staatsgalerie Stuttgart mit 45 Prozent vorn, gefolgt vom Schloß Rosenstein, dem Museum am Löwentor und dem Landesmuseum im Alten Schloß, die je ein Viertel der Befragten im vergangenen Jahr besucht haben.

Von den Stuttgarter Museen wird die Staatsgalerie favorisiert

Die Hälfte der Befragten führte außer dem Linden-Museum wenigstens ein weiteres Völkerkundemuseum an. Davon besuchte ein Viertel Museen in der Bundesrepublik und 37 Prozent Museen im Ausland. Die genannten Museen sind weit über die ganze Welt gestreut, von Mexico City über Mombasa, Dehli, Rotorua bis Sri Lanka. Nicht berücksichtigt sind hier kulturhistorische Museen wie das Römisch- Germanische Museum in Köln oder die Ägyptischen Museen in Berlin und Kairo, die viele Besucher gesehen hatten.

#### *2.2.5 Gründe für den heutigen Museumsbesuch*

Mit der Frage nach den Gründen für den heutigen Museumsbesuch hatten wir die Besucher gebeten, ihre Vorlieben auf einer siebenstufigen Skala von "sehr zutreffend" bis "gar nicht zutreffend" einzuordnen. Erstbesucher suchen v.a. die Begegnung mit fremden Kulturen, aber auch die Verbindung von historischen Hintergründen und gegenwärtigem Alltag. Einzelne Themen oder ausgewählte Kunstobjekte sind weder für Erst- noch für Wiederholungsbesucher besonders wichtig.

Großes Interesse an Menschen anderer Kulturen ...

... geringes Interesse an ausländischen Mitbürgern in dieser Stadt

Bemerkenswert ist, daß das Interesse an einer Begegnung mit Menschen aus anderen Kulturen für 40 Prozent der Besucher besonders wichtig ist, das Interesse am Leben und der Kultur der ausländischen Mitbürger jedoch besonders unwichtig eingestuft wird. Nur knapp die Hälfte derer, die "sehr" an einer Begegnung mit Menschen aus einer anderen Kultur interessiert sind, wollen auch etwas über die Kultur ihrer ausländischen Mitbürger erfahren. 30

Prozent interessieren sich "ziemlich" dafür, 17 Prozent nur "etwas" bis "gar nicht". Andererseits interessieren sich 10 Prozent derer, die sich „gar nicht“ für ihre ausländischen Mitbürger interessieren, „sehr“ für die Begegnung mit Menschen anderer Kulturen. Das Linden-Museum wird also vielfach nicht als Ort gesehen, an dem das Miteinander der Kulturen in Stuttgart erfahren werden kann.

### *2.2.6 Interesse für Veranstaltungen und sonstige Angebote im Linden-Museum*

In hohem Maße korreliert die Häufigkeit von Besuchen im Linden-Museum mit dem Interesse am Veranstaltungsangebot des Hauses wie Führungen, Familien- und Kinderprogrammen oder Vorträgen.

Führungen sind gefragt

Von den Veranstaltungen innerhalb der Ausstellungsräume sind Führungen mit über 40 Prozent der Nennungen das weitaus beliebteste Angebot im Hause. Gut ein Viertel der Befragten interessiert sich für das Kinderprogramm und 17 Prozent für das Familienprogramm.

Während der Erhebungsphasen fanden 19 Führungen durch die Sonderausstellung und 12 Führungen durch eine der Dauerausstellungen statt. Außerdem führte das Referat Museumspädagogik des Linden-Museums acht Veranstaltungen der Ferien- und Familienprogramme durch, deren Teilnehmer größtenteils jünger als 13 Jahre sind und somit nicht befragt werden konnten. Dennoch haben sieben im Rahmen unserer Stichprobe befragte Besucher am Familienprogramm teilgenommen. 88 Besucher ließen sich durch die Sonderausstellung führen und 55 durch eine der Dauerausstellungen. 11 Führungsteilnehmer haben keine Angabe über das Thema gemacht. Insgesamt haben knapp 10 Prozent aller Befragten bei diesem Besuch an einer Führung teilgenommen.

Ein Drittel der Wiederholungsbesucher gibt an, in den 12 Monaten vor der Befragung an bis zu drei Veranstaltungen im Wannensaal des Linden-Museums teilgenommen zu haben. Dabei kann die Teilnahme an einer Veranstaltung auch Auslöser für den Besuch der Ausstellungen sein. Über 10 Prozent der Erstbesucher waren vorher bereits wegen einer Veranstaltung im Linden-Museum gewesen.

Museumscafé ist beliebt

Das sonstige Angebot wie Bücherverkauf, Café oder Bibliothek wird von jedem zweiten Besucher angenommen. Am häufigsten wird das Café genutzt, vor allem von den Besuchern in Begleitung. 35 Prozent aller Befragten haben sich u.a. dort aufgehalten, davon 40 Prozent der Erstbesucher in Begleitung.

Ein Museum zum an-  
fassen

In ähnlicher Weise sollten die Besucher ihre Vorlieben für bestimmte Vermittlungsformen auf einer Skala einordnen. Besonderes Interesse haben die Besucher daran, ausgewählte Objekte anfassen zu dürfen, um die Andersartigkeit der vielen unbekanntem Materialien zu erspüren. Daran schließt sich der Wunsch nach ausführlichen Objektbeschriftungen, Text- und Grafiktafeln, audiovisuellen Medien wie Video und Film sowie Musik- und Sprachbeispielen an. Weniger interessiert sind die Besucher an Führungsblättern sowie Informationssystemen über Bildschirm und Tonbandführungen. Die Angaben zu letzteren können jedoch nur schwer bewertet werden, da aufgrund vieler Kommentare angenommen werden muß, daß nur wenige der Besucher tatsächlich über diese Vermittlungsformen informiert sind.

### 2.2.7 Wirkung des Linden-Museums nach außen

Traditionell hoher  
Bekanntheitsgrad

Bei der Frage, wie unsere Besucher auf das Museum aufmerksam geworden sind, erweist sich das Gespräch über das Museum im Familien- und Freundeskreis als besonders wichtig: 60 Prozent der Erstbesucher und immerhin ein Viertel der Wiederholungsbesucher geben unter anderem an, dadurch auf das Museum bzw. die Ausstellung aufmerksam geworden zu sein. An zweiter Stelle folgt mit 556 Nennungen die Kenntnis des Museums seit der Jugend. Knapp die Hälfte der Wiederholungsbesucher und immerhin 5 Prozent der Erstbesucher wählten diese Kategorie. Das Linden-Museum nimmt offensichtlich im Stuttgarter Kulturleben einen traditionell festen Platz ein. Dies bestätigt die hohe Anzahl an Besuchern unter 13 Jahren. Ausbildungsstätte und Elternhaus weisen dem Linden-Museum hinsichtlich der kulturellen Bildung eine große Verantwortung zu.

Die meisten Be-  
sucher/innen gehen  
gezielt hin ...

Andere Informationsmedien wie Zeitungen und Zeitschriften, Plakate oder Veranstaltungskalender werden v.a. von den Wiederholungsbesuchern beachtet. Dies spricht für das zielgerichtete Interesse dieser Gruppe. An letzter Stelle rangieren zufälliges Vorbeikommen und ein Besuch der Cafeteria als Anziehungspunkt (zusammen 4 %). Das Linden-Museum kann also keinen Standortvorteil nutzen. Vielmehr setzt der Besuch des Museums einen bewußten Entschluß der Besucher voraus.

### 2.2.3. Persönliche Äußerungen der Besucher

... und äußern sich posi-  
tiv über den Aufenthalt

Gefragt wurde hier nach den positiven und negativen Eindrücken des aktuellen Besuchs sowie den konkreten Erinnerungen an bestimmte Objekte oder Themen der einzelnen Abteilungen. Dieser Fragebogenkomplex gab den Besuchern die Möglichkeit, sich ohne einschränkende Vorgaben zu äußern. Obwohl die Auswertung solcher offen formulierter Fragen recht aufwendig ist, läßt sich mit den subjektiven Aussagen ein „Stimmungsbild“ entwerfen, dessen Wert von keinem "Ausstellungsmacher" unterschätzt werden darf.

Insgesamt zeigt sich, daß die meisten Besucher mit ihrem Aufenthalt im Linden-Museum zufrieden sind. Von allen Besuchern haben sich jeweils knapp 70 Prozent positiv geäußert und 30 Prozent negativ. 35 Prozent aller Befragten machen konkrete Veränderungsvorschläge.

Durch erlebnisreiche  
Präsentation ...

Im Mittelpunkt steht die Erwartung des Museumsbesuchers, etwas über das heutige Leben in einer Region, die Alltagskultur eines bestimmten Volkes zu erfahren. Die Mehrzahl der positiven Äußerungen bezieht sich auf die Präsentationsform, die wie z.B. der orientalische Bazar oder der Kiosk in der Afrika-Abteilung, Gegenstände in ihrem Anwendungsbezug darstellt und beim Besucher den Eindruck authentischer Alltagskultur entstehen läßt.

Erhält der Besucher im Rahmen einer Führung oder eines museumspädagogischen Programms z.B. durch Anfassen eines ausgewählten Objekts oder tanzen nach Musik der jeweiligen Region einen zusätzlichen Zugang zur Ausstellung, schlägt sich auch dies in positiven Äußerungen nieder wie "Ich komme meist zu Führungen, die gefallen mir, wenn sie nicht zu wissenschaftlich sind." Musik, sei sie vom Band oder live, wenn die Gamelan-Gruppe probt, werden als "lebendige Bereicherung" erlebt. Das Linden-Museum wird so zum "Lieblings-Museum" und gibt Anlaß zu Folgebesuchen.

... das Lieblings-museum  
...

Auf die Frage, an welche Objekte oder Themen sich der Besucher erinnert, werden nur selten einzelne Objekte genannt, die wie das "Sandmandala" ihre Bedeutung weniger als Kunstobjekte, sondern eher durch ihren Kontext erhalten. Neben den Erlebnisbereichen beschränkt sich die Erinnerung meist auf Objektgruppen: Masken, Waffen, Kleidung und Schmuck, Schattentheater und religiöse Darstellungen.

Außerdem hängt die Beurteilung des Museums in nicht geringem Maße von seinem Freizeitwert und den Rahmenbedingungen des Museumsbesuches ab. Dazu zählen die Verkaufstheke, das Café und das "kinderfreundliche und hilfsbereite Personal".

Auch die negativen Äußerungen folgen diesem Kriterienkatalog. Kritik wird v.a. dann geäußert, wenn Lebendigkeit, Themenauswahl oder Präsentationsform nicht den Erwartungen des Besuchers entsprechen. Gegenwartsbezogene Ausstellungen und die Möglichkeit, sich außerhalb museumspädagogischer Programme aktiv zu betätigen vermissen die Besucher, besonders aber kindgerechte Aktionsbereiche für Familien - eine Kritik, die angesichts der großen Anzahl an Familien unter den Besuchern besonders ernst genommen werden muß.

... auf das man nicht  
verzichten will ...

Deutliche Verärgerung verursacht auch die längere Schließung von Abteilungen. Kritisiert wird aber auch die "teilweise lieblose Präsentation" der gezeigten Objekte in neutraler Umgebung, minimal beschriftet oder mit Texttafeln, deren "Erläuterungen zu akademisch" und deren "Erklärungen zur Einordnung der Exponate

im Leben" zu kurz kommen. Darüber hinaus klagen Besucher darüber, "daß man viel lesen muß", wobei man die Informationen auch "durch andere Medien bekommen" könnte.

... und das sich durch-aus  
noch steigern kann

Die Rahmenbedingungen beeinflussen das Gesamturteil über das Museum teilweise erheblich. Bei den Klagen über "die stickige Luft", "die Geruchsbelästigung" durch die Küche oder unangenehme Raumtemperatur, muß berücksichtigt werden, daß die Besucher in der Regel ihre spärliche Freizeit aufwenden, um das Linden-Museum zu besuchen und wenig Interesse verspüren, sich zusätzlichen Belastungen auszusetzen. Auch das Fehlen von genügend "bequemen Sitzmöglichkeiten", der "Fahrstuhl außer Betrieb" oder der "schnippische Kommentar" einer Aufsichtskraft können einen Nachmittag im Museum zu einem Erlebnis machen, auf das man lieber verzichtet hätte.

Anmerkung: Ulrike Buhl, M.A., Ethnologin, führt Besucherforschung an Museen durch und arbeitet gegenwärtig für das Linden-Museum und die Staatsgalerie in Stuttgart.

Dr. Raimund Vogels, Referent für Öffentlichkeitsarbeit, Linden-Museum Stuttgart.

## Literatur

- Buhl, U. u. R.Vogels, 1994: Besucherbefragung am Linden-Museum Stuttgart 1994. In: Tribus, Jahrbuch des Linden-Museum Stuttgart, Staatl. Museum für Völkerkunde, Bd. 43, S.24 - 31, Stuttgart
- Buhl, U. u. R.Vogels, 1995: Besucherbefragung am Linden-Museum Stuttgart 1994/95. In: Tribus, Jahrbuch des Linden-Museum Stuttgart, Staatl. Museum für Völkerkunde, Bd. 44, Stuttgart
- Klein, Hans-Joachim, 1990: Der gläserne Besucher. Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft, Berlin
- Schierle, Sonja u. R. Vogels, 1994: Referate Museumspädagogik und Öffentlichkeitsarbeit. In: Tribus, Jahrbuch des Linden-Museum Stuttgart, Staatl. Museum für Völkerkunde, Bd. 43, S.17 - 23, Stuttgart