

Besucher im Münchener Stadtmuseum

Ergebnisse einer Besucherbefragung im Mai 1989

Inhalt	Seite
1. Vorbemerkung	257
2. Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	257
3. Besucherstrukturen	259
3.1 Einzugsbereiche	259
3.2 Alter und Geschlecht	260
3.3 Sozioökonomischer Status	266
4. Besuchsstrukturen	270
4.1 Besuchshäufigkeit	270
4.2 Geselligkeit des Besuches	272
4.3 Besuchsentschluß	272
4.4 Verweildauer	275
4.5 Zeitliche Verteilung der Besuche	276
4.6 Katalogkauf	278
4.7 Koppelungsaktivitäten	278
5. Besuchermeinungen und -kenntnisse	280
5.1 Informationspräferenzen	280
5.2 Vorkenntnisse	282
5.3 Präferenzen für bestimmte Museumsarten	282
5.4 Motivation	283
6. Besuchte Ausstellungen	283
7. Ausblick	288

1. Vorbemerkung

Um nähere Erkenntnisse über Besucher- und Besuchsstrukturen, Besuchsumstände sowie Aussagen über Meinungen und Kenntnisse des Publikums zu gewinnen, beauftragte das Münchener Stadtmuseum das Statistische Amt der Landeshauptstadt München mit einer Besucherbefragung.

Der Befragungshintergrund bezog sich entsprechend dem Untersuchungsziel auf

- Angaben zur Person,
- Angaben über „Besuchsumstände“,
- Angaben über Besuchszeitpunkt,
- Angaben über Verhaltensweisen, Kenntnisse und Einstellungen.

Da die Untersuchung, auf sozialwissenschaftlicher Basis konzipiert, zum ersten Mal in dieser Form durchgeführt wurde, hatte sie Pilotcharakter, sowohl für die Erhebungsorganisation als auch für das Erhebungsinstrument.

Die Befragung erfolgte in der Zeit zwischen dem 5. und 11. Mai 1989. Sie war als Eingangsbefragung konzipiert, d. h. die nach einem Stichprobenverfahren (jeder 5. Besucher sollte befragt werden) ausgewählten Besucher über 15 Jahre, die allein oder in nicht organisierten Kleingruppen das Museum betreten, wurden am Eingang zu jeder Sammlung vom Aufsichtspersonal gebeten, einen standardisierten Fragebogen mit 19 Fragen auszufüllen. Die Fragen sollten für den gesamten Museumsbesuch beantwortet werden. Damit war gewährleistet, daß jeder Besucher, der einen Fragebogen abgab, nur einmal in die Stichprobe kam, auch wenn er mehrere Sammlungen besuchte. Tische und Schreibgeräte standen zur Verfügung. Die Befragung lief jeweils über den ganzen Tag, also während der gesamten Öffnungszeiten. Der Untersuchungsbeginn fiel auf einen sogenannten „Brückentag“ (nach Christi Himmelfahrt), das Untersuchungsende lag unmittelbar vor Pfingsten.

An den sechs Erhebungstagen (montags ist das Museum geschlossen) von Freitag bis Donnerstag kamen 1 537 Einzelbesucher in das Museum. Davon waren 601 Personen bereit (39,2%), einen Fragebogen auszufüllen. Die nachfolgende Abbildung 1 zeigt, wie sich Einzelbesucher und Befragte über den Untersuchungszeitraum verteilten.

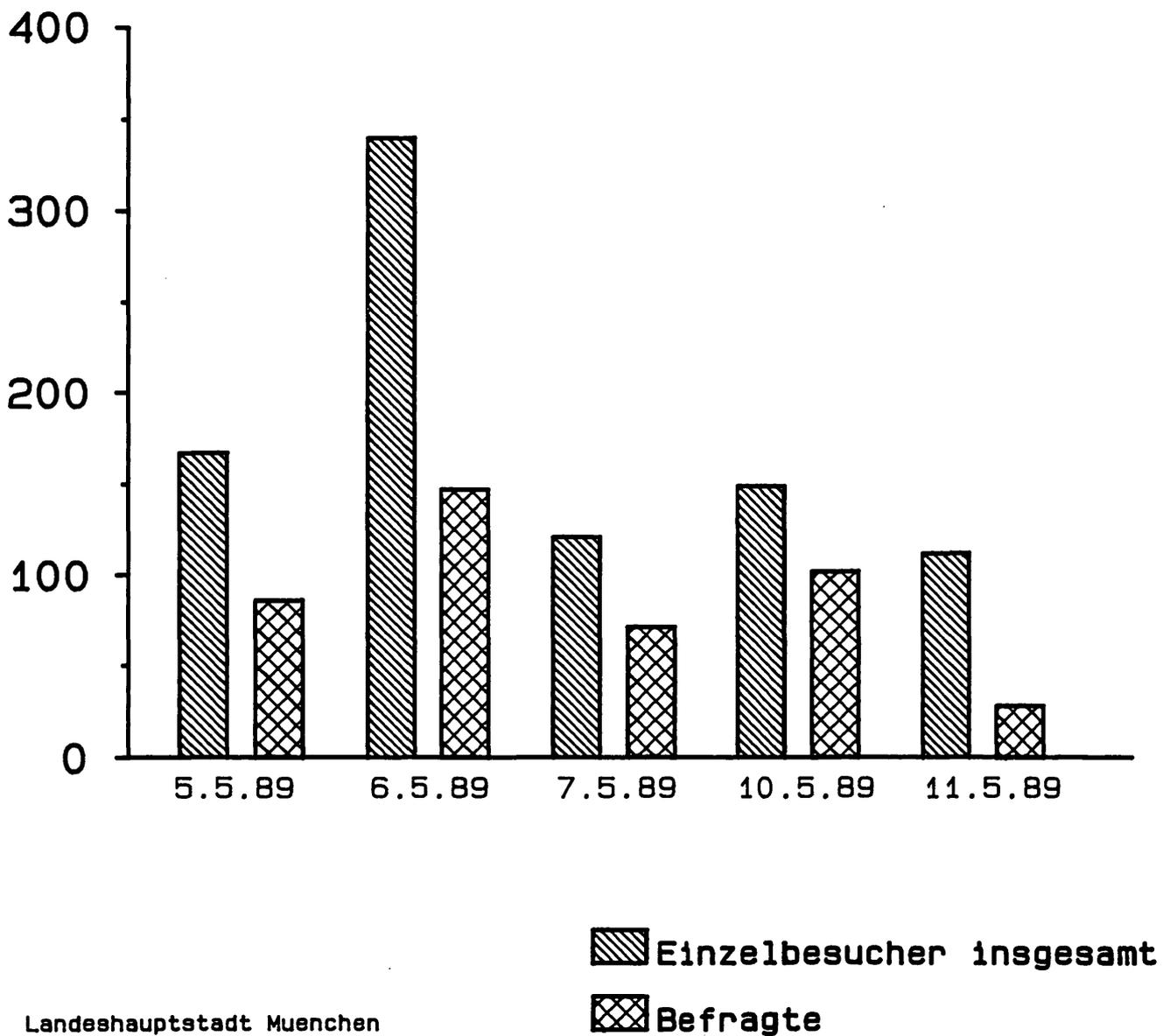
2. Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse

- Unter den befragten Besuchern im Stadtmuseum überwog der Anteil des lokalen und regionalen Publikums. Darüber hinaus kam der überwiegende Teil der Besucher aus den übrigen Bundesländern (ohne Bayern). Der internationale Einzugsbereich war stark auf den deutschsprachigen Raum ausgerichtet (Österreich, Schweiz).
- Aktive, kulturbeflissene Jahrgänge zwischen 21 und 40 Jahren bestimmten die Besucherzusammensetzung. Jüngere (unter 21 Jahre) und ältere Besucher (über 60 Jahre) blieben unterrepräsentiert.
- Unter den Besuchern hatten Männer ein Übergewicht, das bei Berücksichtigung von Alter und sozioökonomischem Status zum Teil noch deutlicher ausfiel.
- Ein Vergleich mit den Zahlen für die Gesamtstadt erbrachte eine eher elitäre Publikumszusammensetzung im Stadtmuseum: Überdurchschnittlich viele Abiturienten und Akademiker, aber eine weit unter dem Durchschnitt liegende Anzahl an Personen mit Volks-/Hauptschulabschluß. Erwerbstätige sowie Schüler und Studenten dominierten eindeutig unter

Abbildung 1

Muenchner Stadtmuseum
Besucherbefragung

**Besucherbefragung im Muenchner Stadtmuseum
5.5.1989 - 11.5.1989
Einzelbesucher insges. und Befragte**



den Besuchern (mit Ausnahme der Arbeiter, die kaum im Publikum vertreten waren). Nichterwerbstätige (z. B. Hausfrauen, Rentner, Erwerbslose) machten wesentlich seltener vom Museumsangebot Gebrauch.

- Auf 10 Erstbesucher entfielen 15 Wiederholungsbesucher. Der Anteil der Folgebesucher ist positiv gekoppelt mit der Quote des regionalen Publikums.
- Ein Museumsbesuch ist in der Regel eine gesellige Veranstaltung. Auf einen Einzelbesucher kamen zwei Personen in Gesellschaft. Frauen gingen häufiger in Begleitung als Männer. Aufgefallen ist ein niedriger Familienanteil.
- Drei Viertel aller Besuche waren geplant, der Rest entsprang einem spontanen Besuchsentschluß, wobei Alter und Anreise hierfür keinen Hinderungsgrund darstellten.
- Kurz- und Langzeitbesucher (unter 30 Minuten bzw. über 2 Stunden) bildeten zusammen ein Viertel des Besucheraufkommens. Nur für diese beiden Gruppen ließ sich ein Zusammenhang zwischen Alter und Verweildauer feststellen. Eine Verweildauer von 1 bis 2 Stunden wurde am häufigsten genannt.
- Die Mehrzahl der Besucher bevorzugte Samstag und Sonntag als Besuchstage; Ortsangehörige noch stärker als Ortsfremde. Das tageszeitliche Besucheraufkommen war auf die Nachmittagszeit hin orientiert.
- Besucher des Stadtmuseums verbanden den Museumsbesuch häufig mit anderen Aktivitäten in der Stadt, wobei die Art der Unternehmungen vom Alter und der Herkunft der Besucher abhängig war.
- Berichte und Anzeigen in Zeitungen oder Veranstaltungsprogrammen, Plakathinweise und „Mund-zu-Mund-Propaganda“ nannten die befragten Besucher, in dieser Reihenfolge, als bevorzugte Informationsmedien.
- Nur ein Drittel der Besucher besaß keine Vorkenntnisse. Unabhängig von Alter, Geschlecht und Bildung bezeichneten sich besonders Erst- und Fernbesucher als kaum vorinformiert. Vorkenntnisse hingegen waren um so mehr vorhanden, wenn die Befragten regelmäßig ins Museum gingen.
- Über die Hälfte aller Ausstellungsbesuche entfiel auf nur drei Ausstellungen (Wechselausstellung, Fotomuseum, Puppentheatermuseum mit Schaustellerei). Annähernd zwei Drittel der Besucher beabsichtigten, nicht mehr als zwei Ausstellungen zu besuchen. Die Besucherprofile der einzelnen Ausstellungen unterschieden sich zum Teil deutlich nach Geschlecht und Bildungsstatus.

3. Besucherstrukturen

Der Beschreibung der Untersuchungsergebnisse muß vorausgeschickt werden, daß bei der quantitativen Erfassung der Nachfrageseite von Kultureinrichtungen, wie im vorliegenden Fall, zwischen Museumsbesuchern und Museumsbesuchen zu unterscheiden ist. Da nur die eintretenden Besucher bzw. die verkauften Eintrittskarten gezählt werden können, viele Museumsinteressierte aber häufiger als einmal im Jahr von dem Museumsangebot Gebrauch machen, spricht man bei solchen Globalzahlen besser von Besuchsfällen. Ähnlich verhält es sich, wenn mehrere Ausstellungen im gleichen Museum besucht werden. Bei den 275 000 Besuchern, die 1988 im Münchner Stadtmuseum registriert wurden, handelt es sich also richtigerweise um Besuchsfälle. Die Zahl der tatsächlichen Besucher ist hier wesentlich niedriger anzusetzen, da das Münchner Stadtmuseum über ein großes Potential an Stammesbesuchern verfügt.

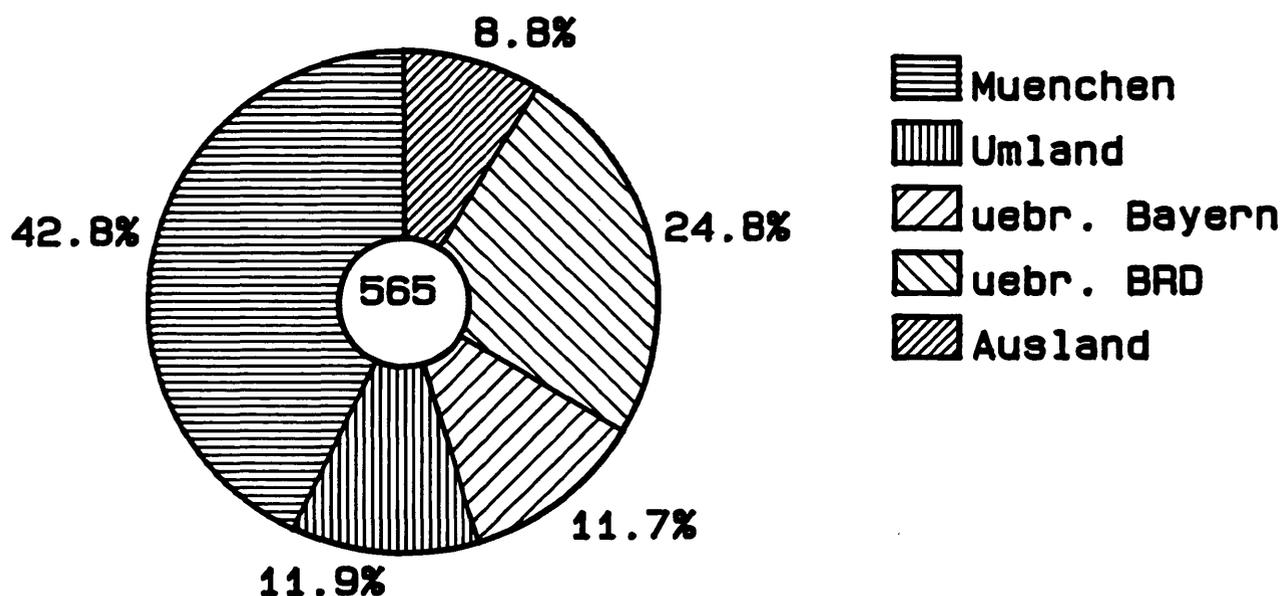
Die folgenden Ausführungen beschäftigen sich zunächst mit dem Einzugsbereich des Publikums, den demographischen Merkmalen sowie dem sozioökonomischen Status der Besucher.

3.1 Einzugsbereiche

Von den befragten Besuchern hatten 42,8% ihren Wohnsitz in München (siehe Abbildung 2 auf Seite 260). In 11,9% aller Fälle lag der Herkunftsort im Umland von München (Planungsregion 14 + Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen). Damit betrug der Nahbesucheranteil 54,7%. Die überregionale Ausstrahlungskraft des Stadtmuseums bestimmte die nicht unbeträchtliche Restgröße der Besucherstichprobe. Jeder neunte Besucher kam aus dem übrigen Bayern (ohne München und Umland), und ein Viertel aller interviewten Personen reiste aus den übrigen Bundesländern (ohne Bayern) an. Etwa jeder 13. Besucher war ein Tourist aus dem Ausland, wobei unsere Nachbarländer Österreich und Schweiz mit über 50% das Hauptkontingent an Besuchern stellten. Von den Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit (11%) lebte etwas mehr als ein Viertel in Deutschland. Davon wiederum nur neun in München, was einem Anteil von gerade 1,5% an allen befragten Personen entsprach. Somit bleibt festzuhalten, daß nach den Ergebnissen in Deutschland (speziell in München) lebende Ausländer im Publikum unterrepräsentiert sind und der touristische internationale Einzugsbereich stark auf den deutschsprachigen Raum ausgerichtet scheint. Sicherlich mögen die Ergebnisse durch

Muenchener Stadtmuseum
Besucherbefragung

Die Besucher nach ihrer Herkunft



Landeshauptstadt Muenchen
Statistisches Amt

den Umstand beeinflusst gewesen sein, daß der Fragebogen nur in deutscher Sprache vorlag und die Bereitschaft bei ausländischen Besuchern ohne Deutschkenntnisse sinken ließ, sich an der Befragung zu beteiligen, und daß ferner die europäische Feriensaison noch nicht begonnen hatte.

3.2 Alter und Geschlecht

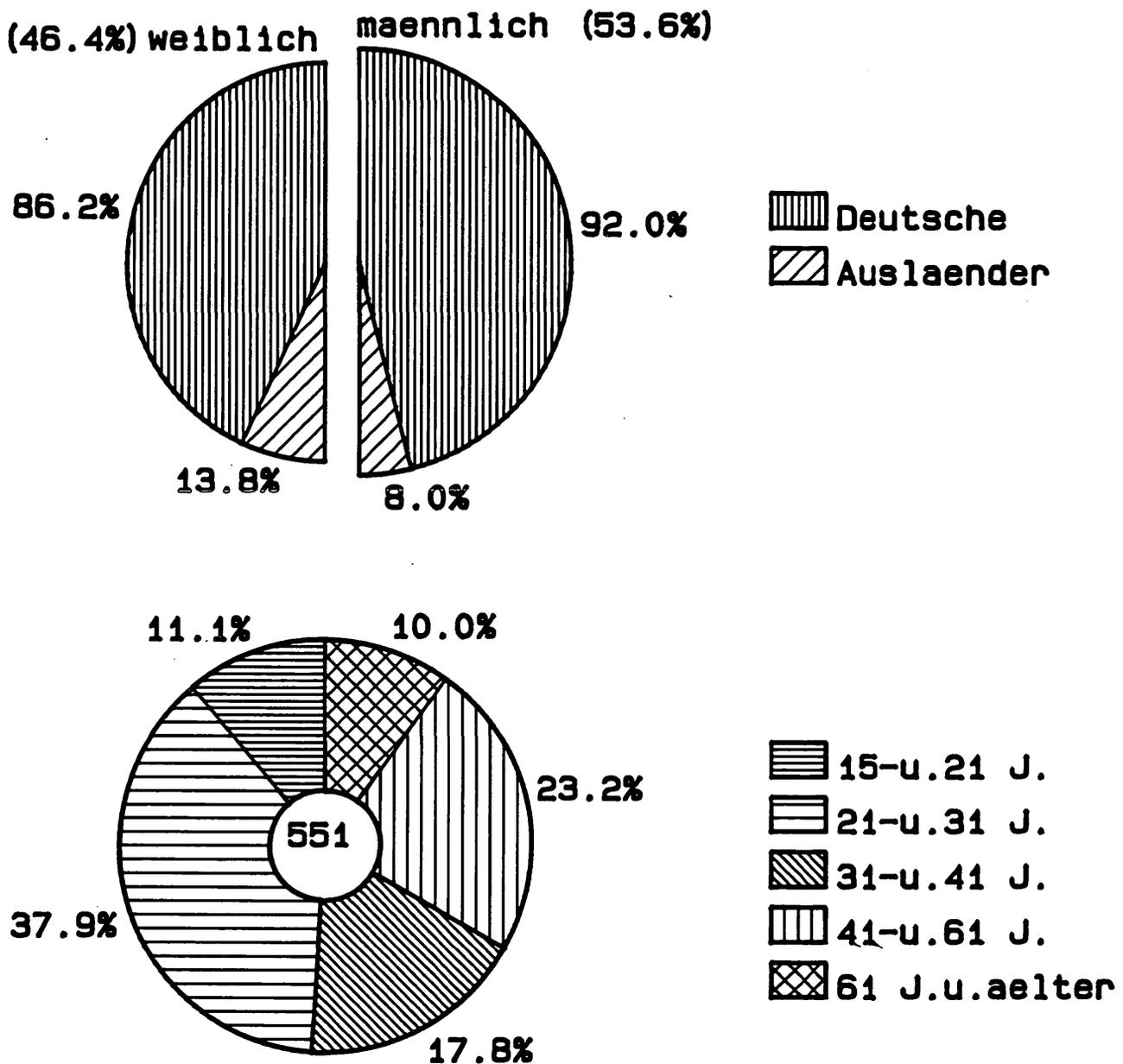
Die stärkste altersmäßige Konzentration fiel auf die Jahrgänge von 21 bis unter 31 Jahre (37,9%), also auf aktive, kulturbeflissene Jahrgänge (vergleiche Abbildung 3). Ab der Altersgruppe 41 bis unter 61 Jahre sinkt das Interesse am Museumsbesuch merklich (23,2%) und erreicht bei den über 60jährigen mit 10% seinen Tiefstand. Eine ähnlich schwache Partizipation ist auch für die 15- bis 21jährigen zu registrieren

(11,1%), bei denen das Interesse an diesem speziellen Kulturangebot offensichtlich noch nicht so ausgeprägt ist. Den spezifischen Charakter des Altersaufbaues der Besucher im Münchner Stadtmuseum verdeutlicht ein Vergleich mit dem Altersaufbau der Gesamtstadtbevölkerung (siehe Abbildung 4 auf Seite 262). Dabei zeigt sich, daß die unter 41jährigen, speziell die 21- bis unter 31jährigen, Museumsbesucher im Vergleich zur Gesamtstadt überrepräsentiert, die 41 Jahre und älteren hingegen unterrepräsentiert sind. Die selektive Inanspruchnahme des Museumsangebotes zeigt sich neben dem Alter auch nach dem Geschlecht (siehe Tabelle 1 auf Seite 263). Einer, im Vergleich zu den Männern, noch größeren Präsenz der Besucherinnen jüngeren und mittleren Alters (bis unter 31 Jahre) steht eine noch stärkere Unterreprä-

Abbildung 3

Muenchner Stadtmuseum
Besucherbefragung

Die Besucher nach Geschlecht, Nationalitaet und Alter

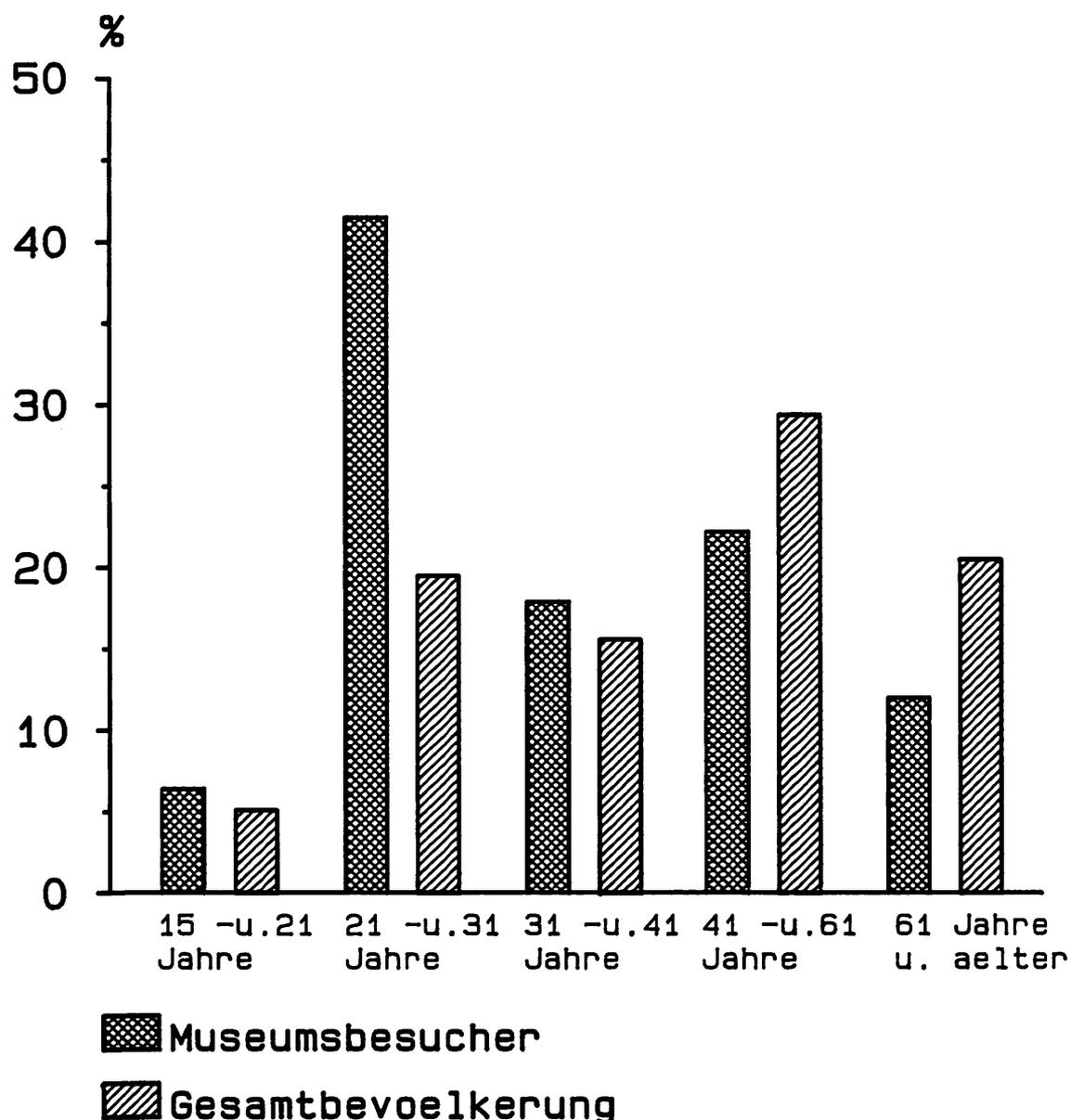


Landeshauptstadt Muenchen
Statistisches Amt

Abbildung 4

Muenchner Stadtmuseum
Besucherbefragung

Altersaufbau der lokalen Besucher des Muenchner Stadtmuseums und der Bevoelkerung Muenchens (Stand: 1.1.1989)



Landeshauptstadt Muenchen
Statistisches Amt

(Quelle: MIDAS)

Besucher nach Alter, Geschlecht und Herkunft (in %)

Tabelle 1

a) Geschlecht b) Herkunft	15 bis unter 21 Jahre		21 bis unter 31 Jahre		31 bis unter 41 Jahre		41 bis unter 61 Jahre		61 bis unter älter		
a) Geschlecht											
weiblich	13,0	53,3	44,4	53,4	14,2	36,5	21,1	41,3	7,3	32,7	100,0
männlich	9,5	46,7	32,4	46,6	20,6	63,5	25,0	58,7	12,5	67,3	100,0
N = 543		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0	
b) Herkunft											
München	6,4	25,4	41,5	47,5	17,9	43,3	22,2	41,6	12,0	51,8	100,0
Planungsregion 14 und Lkr. Bad Tölz-Wolfratshausen	12,7	13,6	42,9	13,2	11,1	7,2	25,4	12,8	7,9	9,3	100,0
Übriges Bayern	16,4	16,9	39,3	11,8	21,3	13,4	16,4	8,0	6,6	7,4	100,0
Übrige Bundesrepublik	14,1	32,2	31,9	21,1	22,2	30,9	21,5	23,2	10,4	25,9	100,0
Ausland	15,2	11,9	28,3	6,4	10,9	5,2	39,1	14,4	6,5	5,6	
N = 539		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0	

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

Besucher nach Geschlecht, Alter und Stellung im Erwerbsleben (in %)

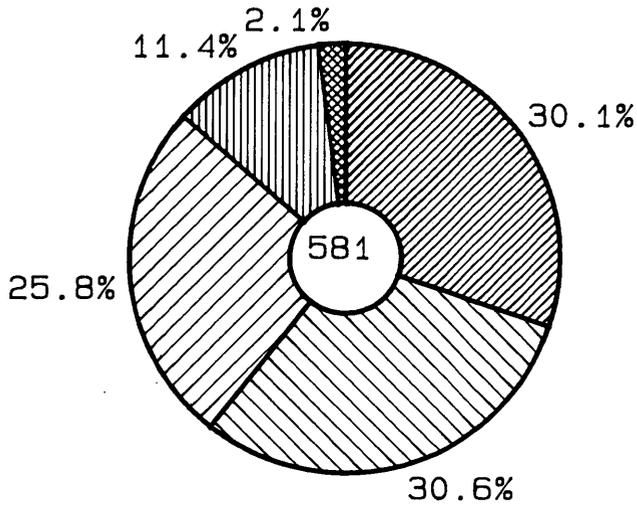
Tabelle 2

Stellung im Erwerbsleben	a) weiblich b) männlich										
	15 bis unter 21 Jahre		21 bis unter 31 Jahre		31 bis unter 41 Jahre		41 bis unter 61 Jahre		61 Jahre und älter		
Angestellte/ Beamte	a) 4,8	13,3	44,0	33,6	25,0	59,9	26,2	42,4	0,0	0,0	a) 100,0
	b) 0,9	3,6	25,9	29,2	32,4	57,4	38,9	57,5	1,9	5,4	b) 100,0
Handwerker/ Facharbeiter/ Arbeiter	a) 16,7	6,7	50,0	5,5	8,3	2,9	25,0	5,8	0,0	0,0	a) 100,0
	b) 5,3	3,6	31,6	6,3	36,7	11,5	21,1	5,5	5,3	2,7	b) 100,0
Selbständige/ freie Berufe	a) 0,0	0,0	50,0	13,6	16,7	14,3	33,3	19,2	0,0	0,0	a) 100,0
	b) 3,3	7,1	24,6	15,6	26,2	26,2	39,3	32,9	6,6	10,8	b) 100,0
Rentner/ Pensionäre	a) 0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	3,8	88,9	88,9	a) 100,0
	b) 0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,2	1,4	96,8	81,1	b) 100,0
Hausfrauen	a) 0,0	0,0	16,7	3,6	16,7	11,4	58,3	26,9	8,3	11,1	a) 100,0
Schüler/Azubis/ Studenten	a) 34,8	80,0	63,8	40,1	1,4	2,9	0,0	0,0	0,0	0,0	a) 100,0
	b) 27,3	53,6	69,1	39,5	3,6	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0	b) 100,0
Zivis/ Wehrpflichtige	b) 64,3	32,1	35,7	5,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	b) 100,0
Arbeitslose	a) 0,0	0,0	50,0	3,6	37,5	8,6	12,5	1,9	0,0	0,0	a) 100,0
	b) 0,0	0,0	57,1	4,2	14,3	1,6	28,6	2,7	0,0	0,0	b) 100,0
a) N = 245		a) 100,0		a) 100,0		a) 100,0		a) 100,0		a) 100,0	
b) N = 295		b) 100,0		b) 100,0		b) 100,0		b) 100,0		b) 100,0	

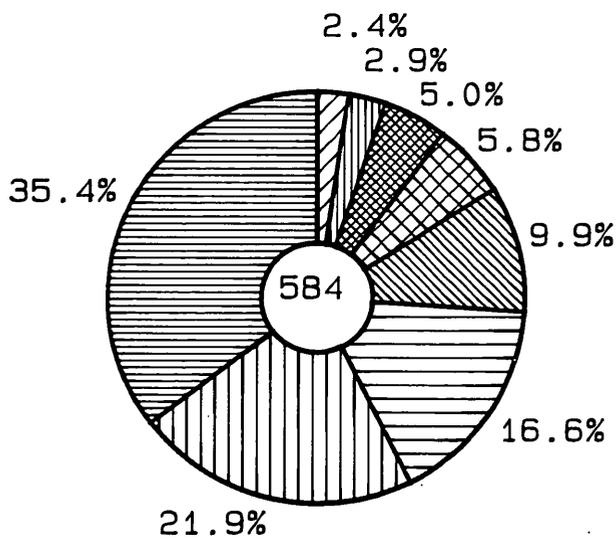
Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

Muenchener Stadtmuseum
Besucherbefragung

Die Besucher nach Ausbildung und Beruf



-  Ohne Abschluss
-  Hauptschulabschluss
-  Mittlere Reife
-  (Fach-) Abitur
-  Fachhochschule, Univ.



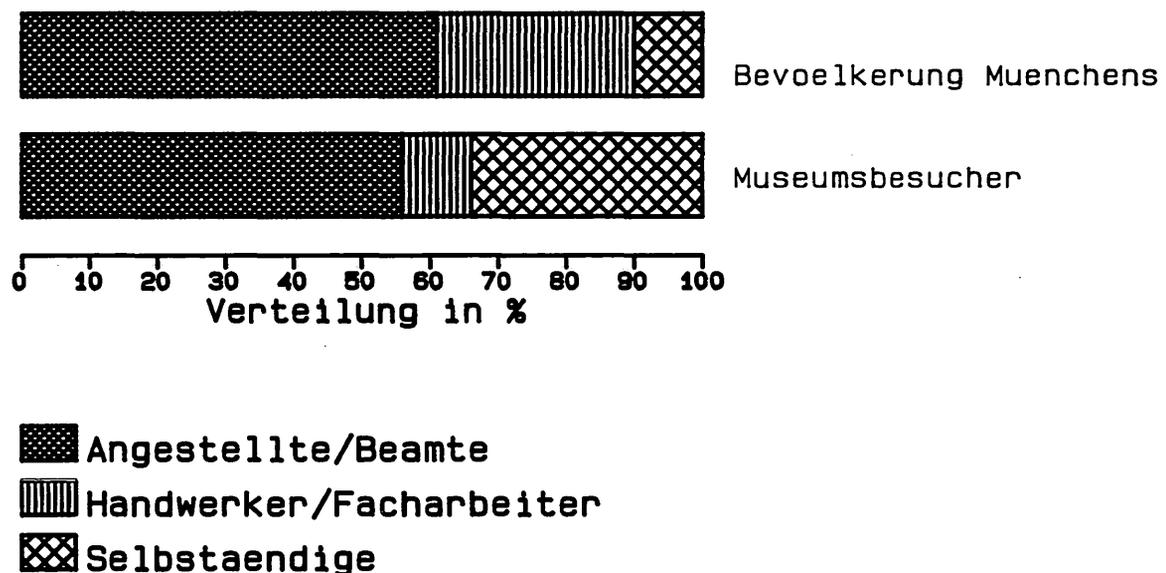
-  Angest., Beamter
-  Schueler, Azubi, Stud.
-  Selbstaeendige
-  Rentner
-  Handw., Arb.
-  Hausfrau/mann
-  Arbeitslose
-  Zivi, Grundwehrd.

Landeshauptstadt Muenchen
Statistisches Amt

Abbildung 6

Muenchener Stadtmuseum
Besucherbefragung

Vergleich "Stellung im Beruf": erwerbstaetige ortsansaessige Besucher im Stadtmuseum zu erwerbstaetiger Bevoelkerung Muenchens



Landeshauptstadt Muenchen
Statistisches Amt

(Quelle: VZ v. 25.5.1987)

sentanz der weiblichen Senioren über 60 Jahre gegenüber (7,3% aller Besucherinnen). Auch hinsichtlich des Gewichtes am Gesamtbesucheraufkommen waren Frauen mit 46,4% weniger häufig vertreten. Noch augenfälliger wird dieser Unterschied beim älteren Publikum über 60 Jahre, wo der Frauenanteil nur ein Drittel ausmachte. Bei den jüngeren Jahrgängen hingegen beginnt sich diese Disproportion schon aufzulösen, da in den beiden Altersgruppen bis unter 31 Jahre mehr Frauen zu registrieren waren als Männer.

Altersspezifische Unterschiede ergaben sich auch in der regionalen Zusammensetzung der Besucher (vergleiche Tabelle 1 auf Seite 263). Durch ihre zahlen-

mäßige Dominanz bestimmten in allen Einzugsbereichen die 21- bis unter 31jährigen das Bild der Besucher. Lediglich unter den ausländischen Touristen entfiel der häufigste Wert auf die Altersgruppe 41 bis unter 61 Jahre (39,1%), die auch bei Ortsansässigen und Umlandbesuchern ein zahlenmäßig starkes Gewicht hatte (2. Rangplatz). Diese Rangstelle nahm unter den restlichen Inlandsbesuchern („übriges Bayern“ und „übrige Bundesrepublik“) die Altersgruppe der 31- bis unter 41jährigen ein. Im Münchener Publikum befanden sich vergleichsweise mehr Leute über 60 Jahre (12%), als dies bei ausländischen Besuchern der Fall war (6,5%). Diese wiederum hatten gegenüber Münchener Besuchern (6,4%)

einen wesentlich höheren Anteil an jüngeren Museumsinteressierten unter 21 Jahre aufzuweisen (15,2%). Das Ergebnis provoziert die Frage, ob die Distanz des Herkunftsortes vom Museumsort einen Einfluß auf das Alter der Besucher hat. Zumindest für die Besucher aus der Bundesrepublik zeigen sich Ansätze hierfür.

3.3 Sozioökonomischer Status

Neben dem Alter und Geschlecht sind es Ausbildungs-, Erwerbs- und Berufsmerkmale, die sich zur Charakterisierung der Besucherstruktur heranziehen lassen. Nicht zuletzt, um Über- oder Unterrepräsentanz bestimmter Bevölkerungsteile zu belegen. Ein vielzitiertes Beispiel hierfür ist der Anteil der Arbeiter. Man mag diesen Indikator nicht zu Unrecht als unscharf und unstabil bezeichnen, für Vergleiche in bezug auf die Berufsstellung und die Aufdeckung von Defiziten kann man ihn sicherlich heranziehen. Von den befragten Personen im Stadtmuseum hatten 5,8% als Beruf Handwerker/Arbeiter angekreuzt (vergleiche Abbildung 5 auf Seite 264). 35,4% der Besucher besaßen Angestellten-/Beamtenstatus. Auf Selbständige entfielen 16,6%. Damit lag der Anteil der Erwerbstätigen bei 57,8%. Zieht man die Erwerbstätigen als Grundgesamtheit heran, so läßt sich ein Vergleich mit den entsprechenden Daten für die Gesamtstadt (Datenquelle: Volkszählung 1987) anstellen (siehe Abbildung 6 auf Seite 265). Danach beträgt der Anteil derjenigen Arbeiter in der Museumsstichprobe, welche in München leben, ein Drittel des Vergleichswertes für die Gesamtstadt. Umgekehrt sind die Selbständigen unter den Besuchern (34%) deutlich überrepräsentiert gegenüber dem Gesamtstadtwert (10%). Ein starkes Potential unter den Museumsbesuchern stellten in der Untersuchung Schüler, Studenten und Auszubildende dar (21,9%). Damit bestätigte sich die schon beim Alter festgestellte Häufigkeit der jüngeren Jahrgänge. Neben Arbeitslosen (2,4%), Wehrdienst- und Zivildienstleistenden (2,9%) zählen Hausfrauen (5,0%) und Rentner (9,9%) zu den Personenkreisen, die den Weg in das Museum seltener finden.

Für die Angestellten/Beamten bzw. Selbständigen bleibt das Museum über alle Altersjahre im Erwerbsleben ein frequentierter Ausgehort; ganz im Gegensatz zur Gruppe der Handwerker und Arbeiter, wo die ohnehin schon geringe Beteiligung mit zunehmendem Alter noch weiter zurückgeht (vergleiche Tabelle 2 auf Seite 263). Der niedrige Hausfrauenanteil im Publikum kommt noch krasser zum Ausdruck, wenn man sich die anteiligen Quoten nach Altersgruppen be-

trachtet. Außer bei den 41- bis 60jährigen Hausfrauen liegt der Wert in allen anderen Altersklassen unter 1% des Gesamtbesucheraufkommens. Als Erklärungsfaktor – für die nicht touristischen Besucherinnen – dafür kann Gebundenheit und Belastung durch Haus, Ehe, zum Teil Beruf, herangezogen werden. Dies unterstreichen darüber hinaus Ergebnisse einer Untersuchung des Statistischen Amtes aus dem Jahr 1988 über die Struktur und das Weiterbildungsverhalten von Teilnehmern der Münchner Volkshochschule (1985 bis 1987). Eine nach den gleichen Merkmalen aufgebaute Tabelle (Stellung im Erwerbsleben) wies für Hausfrauen einen Anteil von 14,2% auf. Da Volkshochschulkurse in der Regel abends stattfinden, die Museen aber mit Ausnahme der Abendöffnungen nur tagsüber geöffnet sind, zeigt dieses Beispiel die Bedeutung der Öffnungszeiten für die Zugangsmöglichkeit zum Museum.

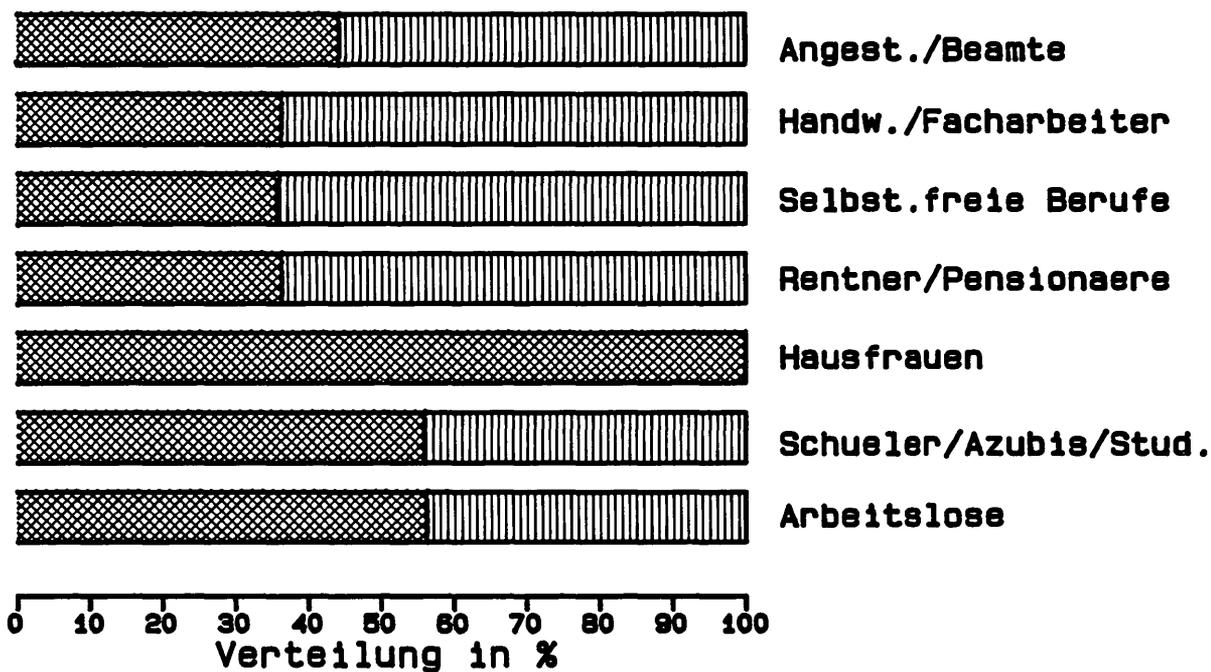
So überrascht es dann nicht, daß der Erwerbstätigenanteil der Frauen mit 51,3% auf relativ hohem Niveau lag. Im direkten Vergleich der Geschlechter waren die Unterschiede in der Besuchshäufigkeit aber zum Teil noch erheblich, wie Abbildung 7 verdeutlicht. Beispielsweise betrug der Frauenanteil innerhalb der Arbeiterschaft nur ein Drittel. Auf ähnlich niedrigem Stand bewegte sich die Rate bei den weiblichen Senioren (36,4%). Bei den in Ausbildung befindlichen Besuchern allerdings überstieg der Frauenanteil denjenigen der Männer um 12 %-Punkte.

Der nach Schulabschluß differenzierte Besuchsanfall der Stichprobe weist Abiturienten (30,6%) und Akademikern (30,1%) eine Spitzenstellung zu. Die Ergebnisse sind sicher dadurch etwas begünstigt worden, daß die Bereitschaft, sich an der Fragebogenaktion zu beteiligen, bei diesem Personenkreis größer war. Der Prozentsatz der Befragten mit Realschulabschluß belief sich auf 25,8%. 11,4% der Personen, die einen Fragebogen ausfüllten, gaben als Schulabschluß Volks-/Hauptschule an. Kaum vertreten waren in der Erhebungsmenge Personen ohne Schulabschluß (2,1%). Die vielfach geäußerte These vom Zusammenhang zwischen formaler Bildung und dem Zugang zum Museum scheint sich hier zu bestätigen. Unterstützt wird diese Aussage durch Abbildung 8 auf Seite 268, in der die Bildungsabschlüsse der Museumsbesucher (aus München) denen der Gesamtstadtbevölkerung gegenübergestellt sind. So besaß zum Stand der Volkszählung die Hälfte der Bevölkerung Volks- oder Hauptschulabschluß (50,6%), während bei der Museumsbefragung nur 11,7% (der Münchener Besucher) diesen Bildungsabschluß aufwiesen. Hatte gut jeder fünfte Münchner am Zählungstichtag Abitur,

Abbildung 7

Muenchener Stadtmuseum
Besucherbefragung

Besucher nach Geschlecht und Stellung im Erwerbsleben in %

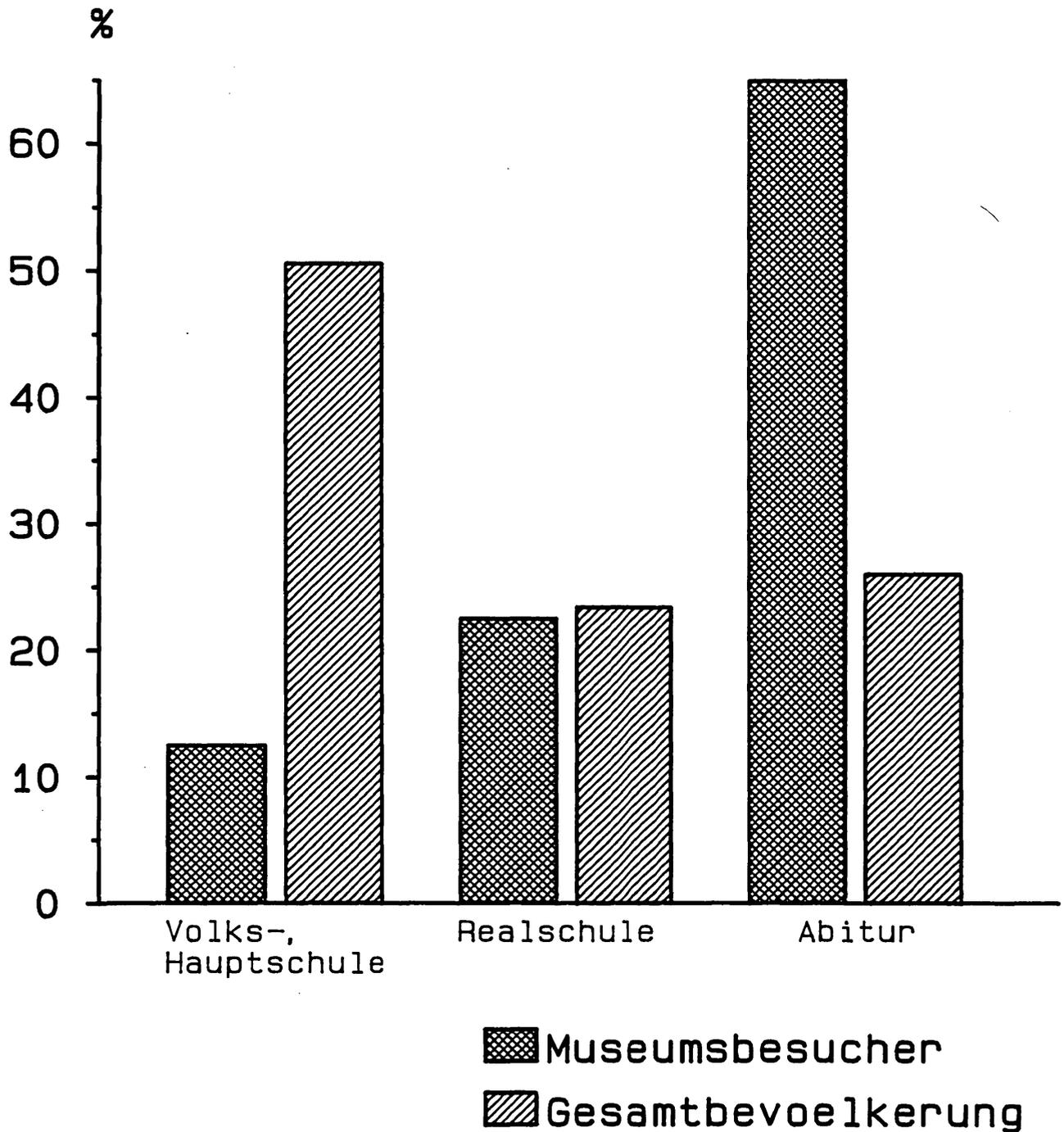


Landeshauptstadt Muenchen
Statistisches Amt

Abbildung 8

Muenchner Stadtmuseum
Besucherbefragung

Vergleich "Bildungsabschluss" : ortsansaessige Besucher im Stadtmuseum zu Gesamtbevoelkerung Muenchens



Landeshauptstadt Muenchen
Statistisches Amt

(Quelle: VZ v. 25.5.1987)

Besucher nach Alter, Geschlecht und Schulabschluß (in %)

Tabelle 3

Schulabschluß	a) weiblich b) männlich										
	15 bis unter 21 Jahre		21 bis unter 31 Jahre		31 bis unter 41 Jahre		41 bis unter 61 Jahre		61 Jahre und älter		
Volks-/Hauptschul- abschluß	a) 12,0	9,4	8,0	1,8	0,0	0,0	52,0	25,0	28,0	38,9	100,0
	b) 0,0	0,0	11,8	4,2	23,5	13,3	35,3	16,2	29,4	27,0	100,0
Mittlere Reife . . .	a) 16,1	43,7	37,9	30,3	11,5	28,6	24,2	40,4	10,3	50,0	100,0
	b) 16,0	32,0	34,0	17,7	16,0	13,3	20,0	13,5	14,0	18,9	100,0
Fachhochschul- reife/Abitur	a) 10,4	25,0	67,5	47,7	7,8	17,1	11,7	17,3	2,6	11,1	100,0
	b) 15,2	56,0	50,0	47,9	14,1	21,7	14,2	17,6	6,5	16,2	100,0
Universitäts-/ Fachhochschul- abschluß	a) 2,0	3,1	44,0	20,2	38,0	54,3	16,0	15,4	0,0	0,0	100,0
	b) 0,9	4,0	24,8	29,2	27,4	51,7	34,5	52,7	12,4	37,9	100,0
Keinen Abschluß . .	a) 85,7	18,8	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	1,9	0,0	0,0	100,0
	b) 66,7	8,0	33,3	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
a) N = 246		a) 100,0		100,0		100,0		100,0		100,0	
b) N = 292		b) 100,0		100,0		100,0		100,0		100,0	

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

Nah- und Fernbesucher*) nach Schulabschluß und Stellung im Erwerbsleben (in%)

Tabelle 4

Merkmale	Nahbesucher		Fernbesucher		
a) Schulabschluß					
Volks-/Hauptschulabschluß	11,5	53,9	11,8	46,1	100,0
Mittlere Reife	23,6	50,4	27,8	49,6	100,0
Abitur/Fachhochschulreife	36,1	63,2	25,1	36,8	100,0
Universitäts-/Fachhochschulabschluß ohne Abschluß	27,5	61,4	32,9	38,6	100,0
	1,3	40,0	2,4	60,0	100,0
N = 560	100,0		100,0		
b) Stellung im Erwerbsleben					
Angestellte/Beamte	33,7	51,7	38,1	48,3	100,0
Handwerker/Facharbeiter/Arbeiter .	6,2	66,7	5,5	33,3	100,0
Selbständige/freie Berufe	19,2	63,9	13,7	36,1	100,0
Rentner/Pensionäre	10,4	57,4	8,6	42,6	100,0
Hausfrauen	2,6	35,7	7,8	64,3	100,0
Schüler/Azubis/Studenten	22,7	57,0	20,8	43,0	100,0
Zivis/Wehrpflichtige	1,6	35,7	3,5	64,3	100,0
Arbeitslose	3,6	68,8	2,0	31,2	100,0
N = 563	100,0		100,0		

*) Nahbesucher: Besucher aus München und Planungsregion 14 und Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen.
Fernbesucher: Besucher aus den übrigen Einzugsbereichen.

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

so waren es bei den Museumsbesuchern unserer Erhebung 30%. Diese Quote erhöht sich auf zwei Drittel, wenn man die Akademiker hinzuzählt, die ja sämtlich über die Hochschulreife verfügen.

Der Eindruck einer eher elitären Publikumszusammensetzung im Stadtmuseum bestätigt sich auch, wenn man die Bildungsabschlüsse nach Geschlecht und Alter betrachtet (vergleiche Tabelle 3 auf Seite 269). 47,7% aller Besucherinnen zwischen 21 und 31 Jahren kreuzten als Bildungsabschluß Fachhochschulreife/Abitur an und 54,3% der nächsthöheren Altersgruppe besaßen einen akademischen Abschluß. Bei den Männern gaben 56% der unter 21jährigen als höchsten Schulabschluß Hochschulreife an. Im Gegensatz zu den Frauen betrug der Akademikeranteil auch in der Altersgruppe der 41- bis unter 61jährigen mehr als die Hälfte der Klassengesamtheit. Bei beiden Geschlechtern zeigt sich deutlich der Bildungsberg der 21- bis 41jährigen.

Bildungsspezifische Besonderheiten hinsichtlich der regionalen Ausprägung des Merkmals „Schulabschluß“ wurden bei den Umlandbesuchern deutlich, wo überdurchschnittlich viele Personen (+9,4 %-Punkte über dem Gesamtdurchschnitt) angaben, Hochschulreife zu besitzen. Bei diesem Ergebnis muß daran erinnert werden, daß das Publikum aus dem Münchener Umland vorwiegend von jüngeren Leuten (mit höheren Bildungsabschlüssen) gestellt wird, was ebenso für die Besucher aus dem übrigen Bayern und den übrigen Bundesländern zutrifft, deren Abiturientenrate aber deutlich geringer ist.

Nah- und Fernbesucher*) unterscheiden sich nach Schulabschluß und Erwerbsstatus nicht grundlegend voneinander (vergleiche Tabelle 4 auf Seite 269), wengleich Unterschiede bestehen. So ist zum Beispiel der Anteil der Selbständigen an den Nahbesuchern um 5,5 %-Punkte höher als der Vergleichswert bei den Fernbesuchern, unter denen aber wiederum ein stärkerer Prozentsatz an Angestellten und Beamten (+3,4%-Punkte) vorzufinden ist. Fernbesucher besitzen häufiger einen akademischen Abschluß (32,9%) als Nahbesucher (27,5%), die ihrerseits wieder eine entsprechend hohe Quote an Abiturienten aufweisen, mitverursacht durch die starke Präsenz jüngerer Umlandbewohner mit Hochschulreife. Das Strukturbild der Umlandbesucher ist insofern noch interessant, als im Zuge der Suburbanisierung des Umlandes viele „gehobene Schichten“, und damit potentielle Museumsbesucher, ihren Wohnsitz aus der

Stadt in die Umlandgemeinden verlegt haben. Die Frage, die mit unserer Erhebung nicht beantwortet werden kann, ist nun, wie und ob der Kontakt zu den Kulturangeboten in der Kernstadt aufrechterhalten wird und ob sich die Distanz zu den Museen dann als eine Besuchsbarriere darstellt.

4. Besuchsstrukturen

Das Untersuchungsziel der vorliegenden Erhebung lag nicht nur in der Ermittlung der regionalen Einzugsbereiche und der Analyse von Besucherstrukturen, sondern es sollten auch Verhaltensdispositionen für den Museumsbesuch (kulturelles und Freizeitverhalten, Vorkenntnisse über das Museum und Einstellungen) aufgedeckt werden, die wiederum Besuchsumstände und Besuchszeitpunkt bestimmen.

4.1 Besuchshäufigkeit

Der Einstieg in den Fragebogen beginnt mit der Frage, ob und wie oft der Besucher schon im Stadtmuseum war, und wenn ja, wie lange der letzte Besuch im Stadtmuseum zurückliegt. Danach kamen 39,2% der Besucher zum ersten Mal ins Münchner Stadtmuseum, 11,9% sind schon ein- bis dreimal dagewesen, während 48,9% bereits häufiger als dreimal den Weg in dieses Museum fanden. Somit entfielen nach den Ergebnissen auf 10 Erstbesucher 15 Wiederholungsbesucher. Der Erstbesucheranteil nimmt von den jüngeren zu den älteren Altersgruppen hin ab (vergleiche Tabelle 5), von 62,3% bei den 15- bis unter 21jährigen bis zu 21,8% bei den über 60jährigen. Gleichzeitig steigt der Anteil der Folgebesucher mit zunehmendem Alter (37,7% am unteren sowie 78,2% am oberen Ende der Altersgruppenskala). Unabhängig vom Verhältnis zueinander ist der Altersaufbau von Erst- und Folgebesuchern zunächst einmal überlagert von der starken Präsenz des 21- bis unter 31jährigen (40,5% bzw. 36,3%) Museumspublikums. Doch auch hier weisen die Ergebnisse in die gleiche Richtung: einer stärkeren Beteiligung von unter 31jährigen bei den Erstbesuchern steht eine vergleichsweise höhere Quote der über 40jährigen an Folgebesuchern gegenüber.

Frauen waren weitaus stärker unter den Erstbesuchern zu finden (53,8%) als Männer, und zwangsläufig traf das Gegenteil bei den Folgebesucherinnen zu (41,8%). Auf entsprechend hohem Niveau bewegte sich deshalb auch der Erstbesucheranteil unter den Frauen (45,3%), während der gleiche Wert bei den Männern unter dem Durchschnitt (33,9%) blieb.

*) Nahbesucher: Besucher aus München und der Planungsregion 14 und Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen; Fernbesucher: Besucher aus den übrigen Einzugsbereichen.

Erst- und Folgebesucher nach Alter, Geschlecht und Herkunft (in %)

Tabelle 5

Merkmale	Erstbesucher		Folgebesucher		
a) Alter					
15 bis unter 21 Jahre	17,7	62,3	6,8	37,7	100,0
21 bis unter 31 Jahre	40,5	41,6	36,3	58,4	100,0
31 bis unter 41 Jahre	17,1	37,8	18,2	62,2	100,0
41 bis unter 61 Jahre	19,1	32,0	25,9	68,0	100,0
61 Jahre und älter	5,6	21,8	12,8	78,2	100,0
N = 551	100,0		100,0		
b) Geschlecht					
weiblich	53,8	45,3	41,8	54,7	100,0
männlich	46,2	33,9	58,2	66,1	100,0
N = 574	100,0		100,0		
c) Herkunft					
München	15,1	13,6	60,4	86,4	100,0
PL 14 und Lkr. TÖL	4,1	13,4	16,8	86,6	100,0
übriges Bayern	14,2	47,0	10,1	53,0	100,0
übrige Bundesrepublik	47,9	75,0	10,1	25,0	100,0
Ausland	18,7	82,0	2,6	18,0	100,0
N = 565	100,0		100,0		

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
 Mai 1989
 Statistisches Amt

Von den Folgebesuchern hatten in den Monaten und Tagen (1989) vor dem Erhebungszeitraum 42,6% zuletzt das Stadtmuseum aufgesucht. Auch hier zeigte sich wieder die einseitige Geschlechterproportion zugunsten der Männer (63,3% aller Besucher in diesem Zeitraum).

Der Anteil der Folgebesucher ist positiv gekoppelt mit der Quote des regionalen Publikums. Der lokale Publikumsanteil bei den Folgebesuchern bezifferte sich auf 60,4 %, der für die Umlandbesucher auf 16,8% (vergleiche Tabelle 5). Von den Erstbesuchern hatten 47,9% ihren Wohnsitz in den übrigen Bundesländern (ohne Bayern), 18,7% reisten aus dem Ausland an, während der Erstbesucheranteil der Umlandbewohner nur etwa ein Viertel der Folgebesucherquote aus diesem Einzugsbereich betrug, woraus sich auf einen hohen Bekanntheitsgrad des Münchner Stadtmuseums bei der Umlandbevölkerung schließen läßt.

Läßt nun das Gegensatzpaar Unterschiede hinsichtlich des Bildungsabschlusses beispielsweise in der Weise erkennen, daß unter den Folgebesuchern höhere Schulabschlüsse häufiger vertreten sind als bei Erstbesuchern?

Die Befunde für die Folgebesucher ergaben eine weitere Selektion der Besucherstruktur zugunsten eines Publikums mit bildungsnahen Abschlüssen, was sich in einem überdurchschnittlichen Gesamtergebnis sowohl bei Abiturienten (34,4%) als auch bei Akademikern (33,4%) ausdrückte. Bei Erstbesuchern hielten sich bildungsnah und bildungsferne Abschlüsse die Waage (jeweils 50%), wobei der höchste Wert auf Personen mit mittlerer Reife entfiel (35,1%).

Stellt ein häufiger Besuch im Stadtmuseum (öfter als dreimal dagewesen) eine Vorliebe für den Museumsbesuch als solchen dar? Um dies herauszufinden, wurden die Besucher befragt, wie häufig sie überhaupt im Jahr zu einem Museumsbesuch kommen. Danach besuchen 44,9% der Befragten häufiger als fünfmal, 9,6% höchstens einmal pro Jahr ein Museum. Die „Stammesbesucher“ des Stadtmuseums sind regelmäßige Museumsgänger (60,8%). Da sich das Stammpublikum vorwiegend aus „lokalen Museumsfreunden“ zusammensetzt, überrascht es nicht, daß die Münchner am häufigsten von allen Besuchern (33,3%) mehr als viermal im Jahr ein Museum aufsuchen. Von allen befragten Münchener Personen sind es sogar 77,8%, wenngleich keine Aussagen darüber gemacht werden

können, wie oft sie davon das Stadtmuseum besuchen. Gleichwohl lassen die Ergebnisse den Schluß zu, daß hier eine Form der „Museumsbindung“ an das Stadtmuseum demonstriert wird. Häufige Museumsbesucher, mehr als vier Besuche im Jahr, kommen daneben noch aus dem Ausland (63,3% der touristischen Besucher aus dem Ausland) sowie aus dem Umland (62,1%). Abbildung 9 ergänzt die Ausführungen zur Besuchshäufigkeit noch um die Aspekte Alter und Geschlecht.

Ganz allgemein ist bei den Zahlen zur Besuchshäufigkeit allerdings zu berücksichtigen, daß sich die Leute vielfach kulturbeflissener einschätzen, als sie es tatsächlich sind.

4.2 Geselligkeit des Besuches

Ein Museumsbesuch ist im Regelfall eine gesellige Veranstaltung. Auf einen Einzelbesucher kamen zwei Personen in Gesellschaft. In Begleitung ihres (Ehe-)Partners suchten 26,9% der Besucher das Museum auf, in Gesellschaft von Freunden oder Bekannten waren es 19,4% (siehe Abbildung 10 auf Seite 274). Es überraschte der niedrige Familienanteil von 8,3%, der sich selbst sonntags nur auf 14,4% erhöhte. Auf den Besuch in der kleinen Gruppe entfielen 7,3%, während eine Begleitung sonstiger Verwandter eher seltener vorkommt. Natürlich muß bei diesen Ergebnissen berücksichtigt werden, daß die Chance zur Erfassung für begleitende Personen größer war, da nach Personen abgezählt wurde.

Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil der Einzelbesucher von 13,1% bei den 15- bis unter 21jährigen auf 43,6% bei den über 60jährigen (siehe Tabelle 6). Der (Ehe-)Partner war (mit einer Ausnahme) in allen Altersgruppen die bevorzugte Begleitung.

Die „peer-group“, also die Begleitung von Freunden oder Bekannten, ist für die 15- bis unter 21jährigen ein wichtiges Element für den Museumsbesuch (36,1% aller Befragten dieses Alters). Eine eindeutige Aussage, etwa dergestalt, daß man in jüngeren Jahren das Museum am häufigsten mit Freunden, in mittleren Jahren mit Familie und im Alter allein besucht, ließ sich anhand unserer Ergebnisse nicht feststellen.

Frauen gingen häufiger in Begleitung in das Museum (74,5% der Besucherinnen) als Männer (56,7%). Ihr Anteil an den begleiteten Besuchen betrug 53,4%. Bei den Einzelbesuchern überwogen Männer im Verhältnis 2 zu 1.

Ausgeprägte Unterschiede in bezug auf die Geselligkeit des Besuches waren nach der regionalen Herkunft nicht festzustellen. In allen Einzugsbereichen überwog bei weitem der Besuch allein oder zu zweit. Von den ausländischen Besuchern kamen 36% allein, 24% mit dem (Ehe-)Partner sowie 30% in Begleitung von Freunden/Bekanntem.

Der Bildungsstatus als abhängige Variable spielte für die Besuchssozietät keine Rolle. Die Ergebnisse brachten aber an den Tag, daß unter den ohnehin geringen Familienbesuchen nur der Besuch einer einzigen Arbeiterfamilie zu registrieren war. Gründe hierfür liegen in dem schon genannten niedrigen Arbeiteranteil und in der Tatsache, daß es hauptsächlich jüngere Arbeiter (ohne Familie) sind, die allein oder mit dem (Ehe-)Partner das Museum besuchen.

4.3 Besuchsentwurf

Der zeitliche Rahmen, in den der Besuchsentwurf bei den Befragten fiel, war bei den meisten eher langfristig angelegt (30,3% aller Nennungen). Spontane (24,7%), am gleichen Tag (22,6%) und mit

Geselligkeit des Museumsbesuchs und Alter der Besucher (in %)

Tabelle 6

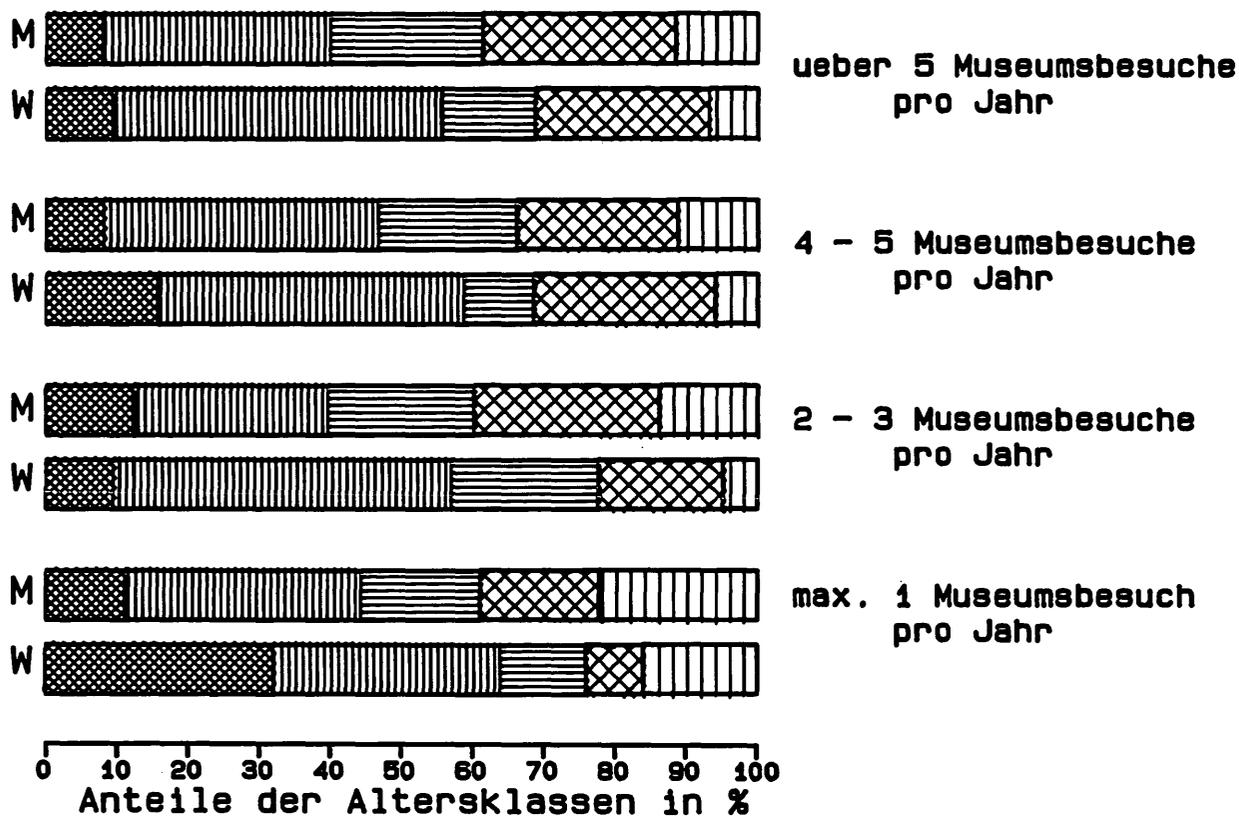
Alter	allein	mit (Ehe-)Partner	mit Eltern (-teil) Kind(ern)	mit sonstigen Verwandten	mit Freunden, Kollegen, Bekannten	mit Gruppe	
15 bis unter 21 Jahre	13,1	9,8	14,7	6,6	36,1	19,7	100,0
21 bis unter 31 Jahre	30,6	28,7	1,9	3,8	25,4	9,6	100,0
31 bis unter 41 Jahre	39,8	27,6	11,2	2,0	15,3	4,1	100,0
41 bis unter 61 Jahre	46,8	24,2	13,3	1,6	12,5	1,6	100,0
61 Jahre und älter	43,6	41,9	10,9	0,0	1,8	1,8	100,0
N = 551							

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

Abbildung 9

Muenchener Stadtmuseum
Besucherbefragung

Die Haeufigkeit eines Museumsbesuchs nach Geschlecht und Alter



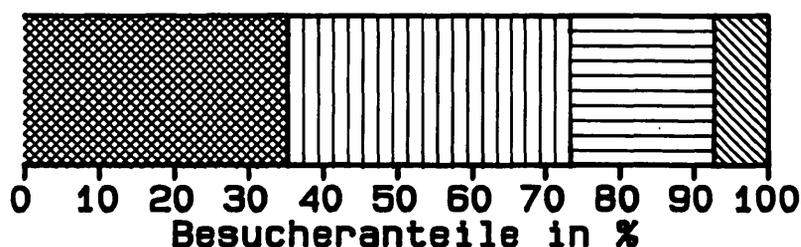
15- u. 21 J. 41- u. 61 J.
21- u. 31 J. 61J. u. aelter
31- u. 41 J.

Landeshauptstadt Muenchen
Statistisches Amt

W = weiblich
M = maennlich

Muenchener Stadtmuseum
Besucherbefragung

Die Besucher mit bzw. ohne Begleitung



 Besuch allein

 Besuch mit Verwandten

 Besuch mit Freunden

 Besuch in einer Gruppe

Landeshauptstadt Muenchen
Statistisches Amt

Tagesfrist geplante Besuche (22,4%) wurden etwa zu gleichen Teilen vom Rest der interviewten Personen genannt.

Die zeitliche Abfolge von Besuchsentschluß und Aufsuchen des Museums ist vom Zeitbudget, von den persönlichen Verhältnissen sowie von der regionalen Herkunft des einzelnen Besuchers abhängig. Die Zahlen in Tabelle 7 zeigen trotz des Alterseffektes deutlich, daß die Disposition für einen spontanen Besuch bei den jüngeren Besuchern eher gegeben ist als bei älteren. Nur 16,4% der Senioren gaben an, einem spontanen Besuchsentschluß gefolgt zu sein (6,5% aller Spontanbesucher). Damit wird deutlich, daß ältere Leute kulturelle Aktivitäten, wie die eines Museumsbesuches, gewöhnlich längerfristig planen. Eine weitere Anreise scheint einem spontanen Aufsuchen des Museums nicht entgegenzustehen, was durchaus einleuchtet, beispielsweise bei Touristen, die sich in der Stadt aufhalten und noch kein festes Besichtigungsprogramm aufgestellt haben. Immerhin

entschieden sich rund 30% der ausländischen Besucher kurzfristig für einen Besuch des Stadtmuseums. Daß ein Wohnsitz am Museumsort trotz alledem häufiger zu Spontanbesuchen führt, belegt die Tatsache, daß 44,6% aller befragten Spontanbesucher aus München waren. Das Ergebnis würde noch deutlicher ausfallen, zählte man die Besuchsentscheidungen vom gleichen Tag noch zu den kurzfristig geplanten.

Kurzentschlossene suchten das Museum häufiger allein auf, als dies bei geplanten Besuchen der Fall war. Letztere wurden zumeist mit dem (Ehe-)Partner realisiert (27,6% der geplanten Besuche), während die Gesellschaft von Spontanbesuchern sich mehr aus Freunden und Bekannten zusammensetzte (25,7%). 54,1% der spontanen Besuche im Stadtmuseum dauerten nicht länger als eine Stunde, wohingegen die Mehrzahl der geplanten Besuchsentscheidungen auch zu einer längeren Verweildauer von mehr als 1 Stunde führte. Auf einen Werktag fielen die Hälfte aller Spontanbesuche und 46,4% der geplanten Besuche.

Besuchsentschluß, Alter und Herkunft der Besucher (in %)

Tabelle 7

Merkmale	spontaner Besuch		geplanter Besuch		
a) Alter					
15 bis unter 21 Jahre	13,8	31,1	10,2	68,9	100,0
21 bis unter 31 Jahre	38,4	25,4	37,8	74,6	100,0
31 bis unter 41 Jahre	15,9	22,4	18,4	77,6	100,0
41 bis unter 61 Jahre	25,4	27,3	22,6	72,7	100,0
61 Jahre und älter	6,5	16,4	11,0	83,6	100,0
N = 551	100,0		100,0		
b) Herkunft					
München	44,6	25,2	42,1	74,8	100,0
Umland ¹⁾	11,7	23,9	11,9	76,1	100,0
Inland ²⁾	32,8	21,8	37,6	78,2	100,0
Ausland	10,9	30,0	8,4	70,0	100,0
N = 565	100,0		100,0		

¹⁾ Planungsregion 14 und Lkrs. Bad Tölz-Wolfratshausen. – ²⁾ Übriges Bayern und übrige Bundesrepublik.

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

Das Geschlechterverhalten hatte auf den Besuchsentschluß keine Auswirkung. So entschieden sich Frauen genauso häufig für einen spontanen Museumsbesuch als Männer. Andererseits waren zum Beispiel Hausfrauen am wenigsten in der Lage, über ihr Zeitbudget so frei zu verfügen, um einen kurzfristigen Museumsbesuch wahrnehmen zu können. Unter den spontanen Besuchern entfielen auf Hausfrauen gerade 2,8%.

4.4 Verweildauer

Über die tatsächliche Besuchsdauer lassen sich aufgrund der vorgenommenen Eingangsbefragung keine gesicherten Erkenntnisse gewinnen, da die Besucher über die beabsichtigte Verweildauer befragt wurden und somit nicht geklärt werden konnte, ob die tatsächliche Aufenthaltsdauer auch den Eingangsangaben entsprach, oder ob nicht etwa psychische oder physische Ermüdung dazu führte, die Besuchsdauer zu verkürzen.

Setzt man für den Kurzbesuch bis zu einer halben Stunde Verweilzeit an, so lag dessen Anteil im Stadtmuseum bei 9,4%. 30 Minuten bis 1 Stunde beabsichtigten 34,8% der Befragten im Museum zu bleiben, während mehr als die Hälfte der Besuche (55,7%) über eine Stunde hinausging. Maßgeblich für die Dauer der Teilnahme am Museumsangebot ist neben dem subjektiven Zeitbudget die Attraktivität der Sammlungen, die das Interessenpotential der

Besucher beeinflußt. Es können aber auch die Umstände des Museumsbesuches (angenehme Begleitung, lange Anreise, Eintrittspreise u. v. a.) einen längeren oder kürzeren Aufenthalt bewirken.

Mit den Zahlen von Abschnitt a) in Tabelle 8 auf Seite 276 soll der Frage nach dem Zusammenhang zwischen Alter und Verweildauer nachgegangen werden. Gibt es einen Trend, wonach die Jüngeren schneller das Museum durchlaufen und die Älteren länger vor den Exponaten verweilen? Bei den Kurz- und Langzeitbesuchern (unter 30 Minuten bzw. über 2 Stunden) kann dies bejaht werden. 60% der Kurzzeitbesucher waren unter 31 Jahre alt, aber nur 26% 41 Jahre und älter. Bei einer Besuchszeit von über 2 Stunden stieg der Anteil der letztgenannten Altersgruppe auf 41%, während die zahlenmäßige Bedeutung der jüngeren Besucher zurückging (–19%-Punkte). Betrachtet man die Anteilswerte für die „Zeitvorgaben“ innerhalb der einzelnen Altersgruppen, bestätigt sich die oben gemachte Aussage nicht mehr so deutlich. Bei den Altersklassen 15 bis unter 21 Jahre und 31 bis unter 41 Jahre entfielen die meisten Nennungen auf eine Besuchsdauer von 30 Minuten bis zu einer Stunde; für alle anderen Altersklassen auf einen Zeitraum von 1 bis 2 Stunden. Gerade die jüngeren, 21- bis unter 31jährigen Besucher sind hier stark vertreten (46,8%). Die längere Verweildauer der Senioren tritt allerdings auch hier deutlich zutage.

Wenn man eigens zum Besuch eines Museums eine

Verweildauer im Museum, Besuchshäufigkeit; Alter, Geschlecht, Begleitung und Herkunft der Besucher (in %)

Tabelle 8

Merkmale	bis 30 Minuten		30 Min. bis 1 Std.		1 bis 2 Stunden		über 2 Stunden		
a) Alter									
15 bis unter 21 Jahre	9,8	12,0	44,3	14,4	31,1	8,3	14,8	11,1	100,0
21 bis unter 31 Jahre	11,6	48,0	30,0	33,0	46,8	42,4	11,6	29,6	100,0
31 bis unter 41 Jahre	7,2	14,0	45,4	23,4	39,2	16,6	8,2	9,9	100,0
41 bis unter 61 Jahre	7,0	18,0	32,0	21,8	41,3	23,1	19,5	30,9	100,0
61 Jahre und älter	7,3	8,0	25,5	7,4	40,0	9,6	27,2	18,5	100,0
N = 548		100,0		100,0		100,0		100,0	
b) Herkunft									
München	11,6	52,8	40,2	49,6	36,5	38,4	11,6	33,3	100,0
Umland ¹⁾	9,2	11,3	30,8	10,3	47,7	13,5	12,3	9,5	100,0
Inland ²⁾	7,8	30,2	32,0	33,9	42,2	37,8	18,0	44,1	100,0
Ausland	6,0	5,7	24,0	6,2	48,0	10,4	22,0	13,1	100,0
N = 562		100,0		100,0		100,0		100,0	
c) Besuchstätigkeit									
Erstbesucher	6,9	28,6	25,8	29,0	47,6	46,4	19,7	50,0	100,0
Folgebesucher	11,1	71,4	40,7	71,0	35,5	53,6	12,7	50,0	100,0
N = 594		100,0		100,0		100,0		100,0	
d) Geschlecht									
weiblich	8,3	40,0	31,6	43,1	43,6	49,6	16,5	51,2	100,0
männlich	10,9	60,0	36,5	56,9	38,8	50,4	13,8	48,8	100,0
N = 570		100,0		100,0		100,0		100,0	
e) Begleitung									
allein	10,4	39,3	37,5	38,2	39,3	34,7	12,8	29,3	100,0
in Gesellschaft	8,9	60,7	33,4	61,8	40,7	65,3	17,0	70,7	100,0
N = 594		100,0		100,0		100,0		100,0	

¹⁾ Planungsregion 14 und Lkrs. Bad Tölz-Wolfratshausen. – ²⁾ Übriges Bayern und übrige Bundesrepublik.

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

Anreise auf sich nimmt, oder als Gast in einer fremden Stadt ein Museum besucht und nicht weiß, ob und wann es zu einem Wiederholungsbesuch kommt, würde man eine Tendenz zum längeren Verweilen und gründlicheren Betrachten unterstellen. 57,2% der Langzeitbesucher (über 2 Stunden) waren denn auch Fernreisende (Ausland, übrige Bundesrepublik). Die Gegenposition bezogen ortsansässige Besucher, welche über die Hälfte (52,8%) der Kurzbesucher stellten. Alle auswärtigen Besucher gaben am häufigsten eine beabsichtigte Verweildauer von 1 bis 2 Stunden an. Dieses Ergebnis ist jedoch beeinflusst durch Erstbesucher, die sich in der Regel länger im Museum aufhielten (67,3% länger als 1 Stunde). Die Mehrzahl der Folgebesucher veranschlagte weniger als 1 Stunde für den Museumsbesuch.

Frauen nahmen sich mehr Zeit für den Museumsbesuch als Männer. Mit zunehmender Verweildauer verändert sich deshalb das Geschlechterverhältnis zugunsten der Besucherinnen. Bleiben Einzelgänger oder begleitete Personen länger im Museum? Die Beobachtungen aus der Untersuchung lassen keinen eindeutigen Schluß zu. Sowohl bei Einzelbesuchen wie auch, mit deutlicherer Tendenz, bei Besuchen in Gesellschaft überwog eine Verweildauer von mehr als 1 Stunde.

4.5 Zeitliche Verteilung der Besuche

Auf die vier Werktage der Erhebungskampagne entfielen 47,7% der Stichprobenfälle (Freitag: 14,3%, Dienstag: 11,8%, Mittwoch: 17,3%, Donnerstag:

Besuche nach Wochentagen, Herkunft und Stellung der Besucher im Erwerbsleben (in %)

Tabelle 9

Merkmale	Werktag		Samstag		Sonntag		
a) Herkunft							
München	36,8	31,0	19,0	31,3	44,2	64,0	100,0
Umland ¹⁾	52,2	12,2	19,4	8,8	28,4	11,4	100,0
Inland ²⁾	55,8	47,0	30,2	51,1	13,2	19,2	100,0
Ausland	56,0	9,8	26,0	8,8	18,0	5,4	100,0
N = 601		100,0		100,0		100,0	
b) Stellung im Erwerbsleben							
Angestellte/Beamte	37,7	28,5	31,9	45,7	30,4	38,0	100,0
Handwerker/Facharbeiter/Arbeiter	41,2	5,1	26,4	6,3	32,4	6,6	100,0
Selbständige/freie Berufe	48,5	17,2	20,6	13,9	30,9	18,1	100,0
Rentner/Pensionäre	63,8	13,5	8,6	3,5	27,6	9,6	100,0
Hausfrauen	58,6	6,2	6,9	1,4	34,5	6,0	100,0
Schüler/Azubis/Studenten	50,0	23,4	28,9	25,7	21,1	16,3	100,0
Zivis/Wehrpflichtige	57,1	2,8	14,3	1,4	28,6	2,4	100,0
Arbeitslose	52,9	3,3	17,6	2,1	29,5	3,0	100,0
N = 584		100,0		100,0		100,0	

¹⁾ Planungsregion 14 und Lkrs. Bad Tölz-Wolfratshausen. – ²⁾ Übriges Bayern und übrige Bundesrepublik.

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

4,3%). Am Samstag wurden 24,5% und am Sonntag 27,8% registriert.

Die Münchner gingen am häufigsten sonntags ins Stadtmuseum (44,2%). Von den Besuchern aus den übrigen Herkunftsbereichen bevorzugte jeweils die Mehrheit als Besuchstag einen Werktag gegenüber dem Wochenende und bestimmte damit die Publikumszusammensetzung unter der Woche (vergleiche Tabelle 9). Das traf insbesondere für die Inlandgruppe zu (47%), die auch am Samstag die stärkste Besuchergruppe stellte (51,1%). Entsprechend dem gehäuftem Auftreten der lokalen Besucher am Sonntag war, an diesem Tag mit 36% das geringste auswärtige Besucheraufkommen zu verzeichnen.

Die Möglichkeit, ein Museum unter der Woche aufzusuchen, hängt unabhängig von arbeitsfreien Zeiten, von der Zeitdisposition und der Erwerbstätigkeit des einzelnen Besuchers ab. 50,8% betrug der Anteil der Erwerbstätigen an den Werktagsbesuchern. Dieses Ergebnis ist einmal beeinflusst durch die auswärtigen Besucher, zum anderen durch den Umstand, daß sich wohl etliche Besucher den Freitag nach dem Feiertag für einen Kurzurlaub freinahmen. Insofern ist nicht zu klären, inwieweit die Erwerbstätigkeit der lokalen Besucher die Besuchshäufigkeit an den Werktagen bestimmt. Von den nichterwerbstätigen

Personen, die unter der Woche in das Museum kamen, sind Schüler/Studenten (23,4%) und Rentner (13,5%) herauszuheben. Letztere präferieren eindeutig den Werktag für einen Museumsbesuch (63,8%), wie auch Hausfrauen (58,6%) und Zivildienstleistende/Wehrpflichtige (57,1%).

Frauen bevorzugten weitaus häufiger zum Museumsbesuch einen Werktag (52,4%) als Männer (41,7%) und besaßen auch unter allen Werktagsbesuchern die Majorität (52,2%) gegenüber dem anderen Geschlecht. Umgekehrt lag der Anteil der Männer (62%) am Sonntag erheblich über demjenigen der weiblichen Besucher. Insgesamt gingen 38,3% der Werktagsbesucher ohne Begleitung in das Stadtmuseum. Erstbesucher nutzten weitaus öfter einen Tag unter der Woche (58,7%) für einen Museumsbesuch als die „Stammkunden“ (38,6%). Ebenso fanden langfristig geplante Besuche in der Mehrzahl werktags statt (55,8%).

Tageszeitliche Besucherrhythmen sind abhängig von der Größe, Lage, Erreichbarkeit und natürlich den Öffnungszeiten des einzelnen Museums, unter Umständen auch vom Eintrittsgeld. In der vorliegenden Untersuchung wurden die Untersuchungstage in vier bzw. am Tag der Abendöffnung in fünf Zeitabschnitte

zerlegt, auf die sich das Besucheraufkommen der Stichprobe wie folgt verteilte:

10 bis 12 Uhr	26,6%
12 bis 14 Uhr	30,3%
14 bis 17 Uhr	39,6%
17 bis 21 Uhr	3,5%

In Ergänzung zu dem Besucheraufkommen an den Wochentagen interessiert hier die Antwort auf die Frage: Wer geht zu welcher Zeit ins Museum? Ältere Menschen über 60 Jahre bevorzugten die Vormittagsstunden für einen Museumsbesuch, während die unter 31jährigen eher die Zeit zwischen 14 und 17 Uhr präferierten. Die Besucherzusammensetzung während der Mittagszeit (12 bis 14 Uhr) war stark geprägt sowohl von den 21- bis unter 30jährigen als auch von 41- bis unter 61jährigen. Auf den Zeitpunkt des Besuches wirkte sich die Erwerbstätigkeit nicht differenzierend aus. Erwerbstätige und Nichterwerbstätige bevorzugten gleichermaßen die Nachmittagsstunden zwischen 14 und 17 Uhr. Ortsfremde Besucher aus der Bundesrepublik nutzten zumeist den Nachmittag für den Besuch im Stadtmuseum, wohingegen ausländische Touristen und das Münchener Publikum die Mittagszeit vorzogen. Die Vermutung, wonach unter der Woche die Mittagszeit vermehrt für einen spontanen Kurzbesuch im Museum genutzt wird, bestätigte sich nicht eindeutig. Eine Auswertung der Besuchshäufigkeit für die Tage Dienstag bis Donnerstag ergab, daß auf Spontan- und Kurzbesuche lediglich 16,6% bzw. 6,9% des Besuchsaufkommens in die Zeit zwischen 12 und 14 Uhr entfielen. Das Mittagspublikum setzte sich zu 34,7% aus Angestellten/Beamten und zu 16,7% aus Selbständigen zusammen. Selbst bei Bereinigung dieser Zahlen um die Häufigkeiten von Erstbesuchern und auswärtigen Touristen verbleibt aber immer noch eine auffällige Teilgruppe berufstätiger Münchener Besucher, die zwischen 12 und 14 Uhr das Museum aufsucht. Es gibt aber auch soziale Gruppen, die aufgrund ihrer persönlichen Situation nicht in der Lage sind, ein Museum unter der Woche tagsüber besuchen zu können. Um diesem Umstand Rechnung zu tragen, hat das Museum die Möglichkeit des abendlichen Museumsbesuches (mittwochs zwischen 17.00 und 20.30 Uhr) geschaffen. Tatsächlich waren unter den Abendbesuchern 13 Erwerbstätige, davon aber nur 1 Arbeiter als Mitglied jener Gruppe, für die die Öffnungszeiten der Museen vielfach eine Zugangsbarriere darstellen. Hausfrauen waren nicht in der Stichprobe vertreten.

4.6 Katalogkauf

38,9% der befragten Besucher haben sich anlässlich eines früheren Besuches im Münchner Stadtmuseum schon einmal einen Katalog gekauft oder beabsichtigten dies am Tag der Erhebung. Die meisten Käufer (61,8%) empfanden den Katalogpreis als angemessen, während ein gutes Drittel den Preis für den Katalog für zu teuer hielt, sich aber dennoch zum Kauf entschloß. Nur 3,8% der Käufer stuften den erworbenen Katalog als preiswert ein. Für die Mehrzahl der Besucher (55,9%), die keinen Katalog erworben hatten, war der Preis der ausschließliche Grund dafür, wie aus der häufigen Beantwortung der Frage 9 a), die hierfür eigentlich nicht vorgesehen war, entnommen werden konnte. Da offensichtlich der Preis ein entscheidendes Kriterium für den Katalogkauf ist, muß neben der Verfügbarkeit der Mittel für solche Anwendungen auch das Interesse am Museum bzw. seiner Sammlungen sehr groß sein, um einen Kaufanreiz zu wecken.

Während von den Folgebesuchern 59,1% schon einmal einen Katalog des Stadtmuseums erworben haben oder dies anlässlich des Besuches zum Zeitpunkt der Befragung vorhatten, waren es unter den Erstbesuchern nur 14,8%. Männer sind häufiger unter den Käufern zu finden (61,4%) als Frauen. Die Bereitschaft zum Katalogkauf steigt mit zunehmendem Alter (z. B. 52,4% der 41- bis unter 61jährigen), nimmt bei den Senioren aber wieder ab (26,9%). Nach den Ergebnissen ist nicht davon auszugehen, daß Auswärtige in Erinnerung an den Museumsbesuch auch regelmäßig einen Katalog erwerben. Nur etwas über ein Viertel machte davon Gebrauch. Im Vergleich hierzu war die Kaufbereitschaft bei den Münchener Besuchern wesentlich höher (53%).

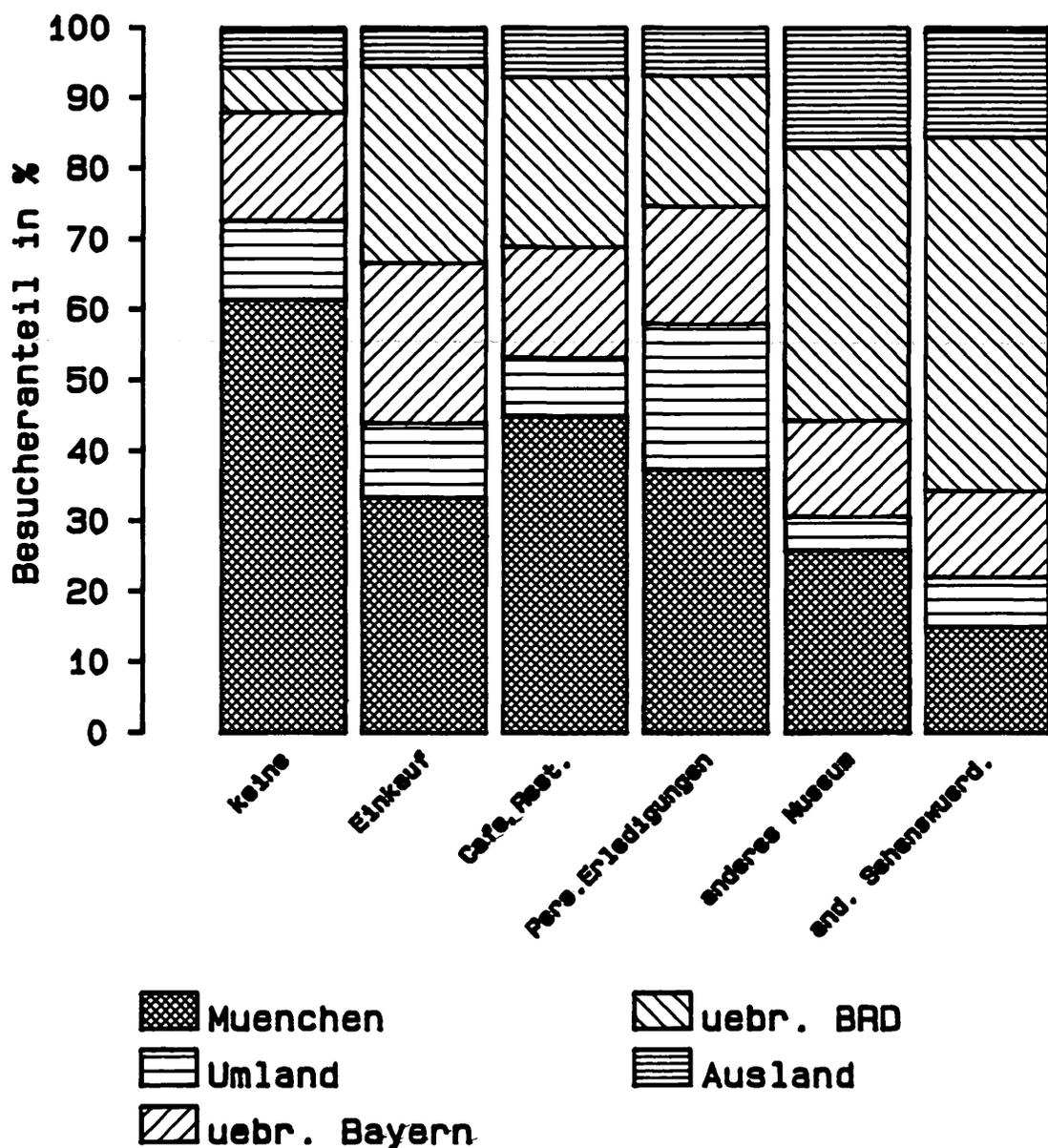
4.7 Koppelungsaktivitäten

Besucher des Münchner Stadtmuseums verbinden den Museumsbesuch häufig mit weiteren Aktivitäten in der Stadt.

Dabei ergab sich eine regionale Differenzierung bezüglich Art und Umfang der beabsichtigten Aktivitäten. Während von den Münchener Besuchern 73,2% mit dem Museumsbesuch noch zusätzliche Unternehmungen in der Stadt verknüpften, traf dies in über 90% der Fälle für Besucher aus dem Inland (ohne München) und dem Ausland zu. Für die beiden letztgenannten Gruppen stand der Besuch anderer Museen und Sehenswürdigkeiten im Vordergrund ihres Tagesprogrammes (siehe auch Abbildung 11). Weitere kulturelle Aktivitäten wurden von den orts-

Muenchener Stadtmuseum
Besucherbefragung

Die Koppelungsaktivitaeten der Besucher
nach ihrer Herkunft



ansässigen Museumsbesuchern kaum wahrgenommen, wohl aber Café- oder Restaurantbesuche (25%), die nicht selten Bestandteil eines Museumsbesuches sind, im Stadtmuseum begünstigt durch das Vorhandensein eines Museumscafés. Der „Brückentag“ am 5. 5. 1989 scheint für eine nicht unbeträchtliche Anzahl von Umlandbesuchern dazu benutzt worden zu sein, den Museumsbesuch mit einem Einkaufsbummel (17,7%) oder persönlichen Erledigungen in der Stadt (26,6%) zu verbinden. Die entsprechenden Werte für die lokalen Besuche lagen dagegen deutlich darunter (15,5% bzw. 13,4%). Besucher aus dem übrigen Bayern nannten den Einkaufsbummel am häufigsten in Verbindung mit dem Museumsbesuch (26,3%).

Ältere Besucher nahmen sich häufiger neben dem Museumsbesuch nichts Weiteres in der Stadt vor (25% der über 60jährigen). Statt dessen haben sie sich, wie an anderer Stelle schon bemerkt wurde, mehr Zeit für den Museumsbesuch selbst genommen. Wenn doch zusätzliche Punkte in das Tagesprogramm einbezogen wurden, entschieden sich die befragten Senioren zuallererst für den Besuch anderer Sehenswürdigkeiten (26,7%) oder einen Einkaufsbummel (21,7%). Das Besucherprofil der unter 21jährigen ist dagegen eindeutig auf zusätzliche Aktivitäten in Verbindung mit dem Besuch im Stadtmuseum ausgerichtet (92,2%). An erster Stelle steht dabei der Café-/Restaurantbesuch (23,5%).

Koppelungsaktivitäten sind bei Erstbesuchern gefragter als bei Folgebesuchern. Nur 8,8% der Erstbesucher gaben an, keine weiteren Aktivitäten in der City unternehmen zu wollen. Der überwiegende Teil (47,8%) beabsichtigte, noch weitere Sehenswürdigkeiten oder Museen zu besuchen, im Gegensatz zu den Folgebesuchern (21,7%), die auch häufiger (24,5%) keine weiteren Aktivitäten geplant hatten. Der Besuchsentschluß wies im Hinblick auf Koppelungsaktivitäten keine gravierenden Auffälligkeiten auf. Allenfalls ist zu bemerken, daß langfristig geplante Besuche häufiger den Besuch eines weiteren Museums oder einer Sehenswürdigkeit nach sich zogen (16,5 bzw. 24,3%). Ein Spontanbesuch hingegen deutet nicht automatisch darauf hin, daß keine weiteren Aktivitäten in der Stadt wahrgenommen werden.

5. Besuchermeinungen und Kenntnisse

5.1 Informationspräferenzen

Die Mehrzahl der Stadtmuseumsbesucher wurde durch Berichte in den schreibenden Medien und

Veranstaltungsprogramme (26,8%) zu einem Besuch stimuliert. An zweiter Stelle sind Plakathinweise zu nennen (16,7%), und für 16,4% gab die Anregung durch Dritte den Ausschlag zum Museumsbesuch. Allerdings ist zu berücksichtigen, daß bei der Frage nach den Informationspräferenzen Mehrfachantworten erlaubt waren, so daß die Ergebnisse eine Auszählung der Antwort vorgaben und keine Rangfolge der abgegebenen Meinungen darstellen.

Bei beiden Geschlechtern haben am häufigsten Berichte oder Anzeigen in den Zeitungen sowie Veranstaltungsprogramme dazu beigetragen, daß sie das Stadtmuseum besuchten (Frauen: 25,0%; Männer: 28,5%). Plakate als Informationsmedium, von den männlichen Besuchern am zweithäufigsten genannt (19,7%), waren für Besucherinnen weniger bestimmend (13,1%), die ihrerseits wieder mehr der „Mund-zu-Mund-Propaganda“ für einen Museumsbesuch zugänglich waren (17,9%). Frauen griffen daneben weitaus stärker zur Reiseliteratur bzw. Museumsführer (15,3%) als Vorinformation zurück als ihre männlichen Pendanten (siehe Tabelle 10).

Berichte sowie Anzeigen in Zeitungen oder Veranstaltungsprogramme wurden auch von fast allen Altersklassen als bevorzugte Informationsmittel benutzt. Lediglich die unter 21jährigen ließen sich mehr von Plakatwerbung ansprechen, wie auch die über 30jährigen (zweithäufigste Nennung). Für die 21- bis unter 31jährigen wirkte sich der Schneeballeffekt des Weitersagens stark aus (19,9% aller Nennungen), während Besucher ab 40 häufig keine konkreten Vorstellungen hatten (15,8%), welches besuchsauslösende Moment für ihren Museumsbesuch bestimmend war.

Daß ausländische Touristen den Museumsbesuch im Zuge ihrer Reisevorbereitungen einplanen, zeigte der hohe Anteil an Nennungen von Reiseliteratur und Museumsführer als Besuchsauslöser (35,2%). Da, wie schon erwähnt, unter den Ausländern die Besucher aus deutschsprachigen Ländern dominierten, erscheint es nicht ungewöhnlich, daß auch bei dieser Gruppe Berichte und Anzeigen in den Medien starke besuchsanregende Wirkung besaßen (20,4%). Auch Besucher aus dem Inland nannten Reiseliteratur und Museumsführer als primäre Informationsquelle (25,3%), wiederum gefolgt von Presseinformationen (19,5%), die ihrerseits von den Museumsgästen aus dem Umland am häufigsten genannt wurden (26,8%). Der relativ höchste Anteil (33,4%) hierfür entfiel jedoch auf das ortsansässige Publikum, welches sich

**Informationspräferenzen für den Museumsbesuch nach
Alter, Geschlecht und Herkunft der Besucher (in %)**

Tabelle 10

Merkmale	Berichte, Anzeigen, Zeitung		Berichte, Radio, Fernseher		Plakate		Hinweis-, Eingangsschild		Anregungen, Bildungseinrichtungen		Anregungen, Dritte		Reise- literatur- führer		Sonstiges			
a) Alter																		
15 bis unter 21 Jahre	16,3	6,5	1,3	1,9	18,8	11,7	7,5	14,3	13,8	34,4	15,0	10,0	17,5	16,1	9,8	10,1	100,0	
21 bis unter 31 Jahre	30,1	44,2	7,1	39,7	17,6	40,6	3,4	23,8	5,7	53,0	19,9	49,1	9,8	33,4	6,4	24,1	100,0	
31 bis unter 41 Jahre	28,0	18,4	9,8	24,5	17,4	18,0	6,1	19,0	1,5	6,3	12,9	14,2	12,9	19,5	11,4	19,0	100,0	
41 bis unter 61 Jahre	27,1	22,9	7,1	22,6	16,5	21,9	7,1	28,6	0,0	0,0	14,1	20,0	11,8	23,0	16,3	35,4	100,0	
61 Jahre und älter	25,0	8,0	9,4	11,3	15,6	7,8	9,4	14,3	3,1	6,3	12,5	6,7	10,9	8,0	14,1	11,4	100,0	
N = 742		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		
b) Geschlecht																		
weiblich	25,0	42,5	8,5	51,7	13,1	35,9	4,3	33,3	7,1	78,1	17,9	49,6	15,3	59,3	8,8	38,3	100,0	
männlich	28,5	57,5	6,7	48,3	19,7	64,1	7,2	66,7	1,7	21,9	15,3	50,4	8,9	40,7	12,0	61,7	100,0	
N = 769		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		
c) Herkunft																		
München	33,4	56,8	9,4	57,9	21,1	57,4	5,4	41,3	4,3	48,4	12,6	36,0	1,1	4,5	12,5	55,6	100,0	
Umland ¹⁾	28,6	13,6	8,2	14,0	16,3	12,4	5,1	10,9	2,0	6,5	24,5	19,7	1,0	1,1	14,2	17,7	100,0	
Inland ²⁾	19,5	24,3	6,2	28,1	12,1	24,0	7,0	39,1	5,1	41,9	17,1	36,1	25,3	73,1	7,8	25,4	100,0	
Ausland	20,4	5,3	0,0	0,0	14,8	6,2	7,4	8,7	1,9	3,2	18,5	8,2	35,2	21,3	1,8	1,3	100,0	
N = 759		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		

¹⁾ Planungsregion 14 und Lkrs. Bad Tölz-Wolfratshausen. – ²⁾ Übriges Bayern und übrige Bundesrepublik.

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

daneben durch die Plakatwerbung des Stadtmuseums vermehrt ansprechen ließ (21,1%).

Bei Erstbesuchern standen Reiseliteratur und Museumsführer als Informationsmedium an der Spitze der Nennungen (30,4%). Auch bei längerfristig geplanten Besuchen wurde die Anregung, das Haus am St.-Jakobs-Platz zu besuchen, in den meisten Fällen der Zeitung oder einem Veranstaltungsprogramm entnommen. Daß Hinweis- oder Eingangsschilder Besucher anlocken, belegten entsprechende Nennungen von Spontanbesuchern (15,8%), bei denen sich Plakate ebenfalls als werbewirksam zeigten (19,0%). Allgemein überraschte die untergeordnete Rolle von Radio und Fernsehen als Werbeträger für das Stadtmuseum. In nur 7,6% der Fälle haben diese Medien zum Besuchsentschluß beigetragen.

5.2 Vorkenntnisse

34,8% der befragten Besucher besaßen keine Vorkenntnisse über Sachbereiche der Ausstellungen, welche sie besuchen wollten. Relativ unabhängig von Alter, Geschlecht und Bildung bezeichneten sich besonders Erst- und Fernbesucher zu einem großen Teil als kaum vorinformiert (54,1 bzw. 41,8%). Von den interviewten Personen kamen somit zwei Drittel mit Vorwissen in das Museum, wobei offenbleiben muß, ob sich dieses auf ein oder mehrere Sammlungsgebiete der Ausstellungen im Stadtmuseum bezog. In den meisten Fällen (36,8%) wurden Führer, Katalog oder Literatur zur Vorinformation benutzt. Vorkenntnisse aus früheren Besuchen konnten 29,1% der Besucher aufweisen. Jeder vierte Besucher hat sein Vorwissen über Zeitung, Rundfunk und Fernsehen bezogen. Die Anregung zum Besuch des Stadtmuseums durch Dritte ging wohl in vielen Fällen über ein bloßes „da muß man hin“ nicht hinaus. Andernfalls hätten mehr als 5,4% einen inhaltlichen Nutzen aus dem persönlichen Gespräch über das Stadtmuseum und seine Ausstellungen ziehen müssen.

Drei Viertel aller Münchener Besucher attestierten sich Vorkenntnisse. Hiervon erlangte wiederum ein Drittel diese aus früheren Besuchen des Stadtmuseums. 80,5% der Stammbesucher des Stadtmuseums konnten nach eigener Einschätzung auf Vorkenntnisse über einzelne Sammlungsgebiete verweisen (davon 39,4% aus früheren Besuchen). 57% der Spontanbesucher informierten sich vor dem Museumsbesuch, die meisten (38,3%) durch Führer, Katalog oder Literatur. Auf die Frage, wodurch die Vorkenntnisse erworben wurden, ergaben sich für die Ausprägungen nach Alter, Geschlecht und Bildungs-

abschluß gewisse Differenzierungen. Durchweg alle Altersgruppen gaben vor, ihr Wissen bzw. Teilwissen über die Sammlungsgebiete des Stadtmuseums in erster Linie Führern, Katalogen oder Literaturquellen entnommen zu haben. Über 40jährige profitierten mehr von früheren Besuchen, wohingegen unter 31jährige sich vermehrt durch Medien informieren ließen. Bei Frauen (56,7%) überwog gegenüber Männern stark die Vorbereitung auf den Museumsbesuch durch persönliches Gespräch oder Diskussion im Kurs, während andererseits Männer ihr Wissen über das Museum deutlich häufiger (63,2%) aus Führern, Katalogen und Literatur bezogen.

5.3 Präferenzen für bestimmte Museumsarten

Bei der „Besuchshäufigkeit“ wurde schon über die allgemeine Vorliebe für Museen, soweit sie sich in jährlichen Besuchen ausdrückt, berichtet. Nunmehr gilt es der Frage nachzugehen, für welche Art von Museen sich die befragten Museumsfreunde am meisten interessieren.

Bei dieser von uns gestellten Frage, die bis zu drei Antworten zuließ, wurden an erster Stelle Kunstmuseen mit Kunst des 20. Jahrhunderts (19,2%) genannt (vergleiche Tabelle 11). An zweiter Stelle folgten kulturgeschichtliche und historische Museen (15,9%) und dahinter standen in der Gunst der Besucher Museen für Kunstgewerbe und angewandte Kunst (15,2%). Dieses Ergebnis darf als Beleg dafür interpretiert werden, daß die befragten Besucher des Stadtmuseums sich stark für die Sammlungsschwerpunkte dieses Hauses interessierten. Daß die neuzeitlichen Kunstmuseen in der Beliebtheit der Besucher an der Spitze stehen, liegt einmal an der starken Präsenz der jüngeren Besucher und deren Bildungsniveau, das den Zugang zu Museen dieser Art erleichtert. Natürlich wäre es möglich, daß der Prestigezwang zu entsprechenden Antworten verleitet, doch belegen zahlreiche Untersuchungen den Zusammenhang zwischen Alter, Bildung und Interesse für Kunstmuseen. Beide Geschlechter haben die stärkste Vorliebe für Kunstmuseen des 20. Jahrhunderts. In der weiteren Rangfolge präferieren Frauen Sammlungen mit dem Schwerpunkt Kunstgewerbe und angewandte Kunst (19,3%) sowie kulturgeschichtliche und historische Museen (16,3%). Letztere wurden bei den Männern am zweithäufigsten genannt (16,2%), gefolgt von den technischen Museen (15,8%). Regionale Unterschiede hinsichtlich der Präferenzen für die drei meistgenannten Museumsarten waren nicht festzustellen.

Besucher nach Alter, Geschlecht und Präferenzen für bestimmte Museumsarten (in %)

Tabelle 11

Merkmale	Archäo- logische Museen	Kultur- gesch./ histor. Museen	Kunst- museen Mittel- alter bis 19. Jhdt.	Kunst- museen 20. Jhdt.	Kunst- gewer- be- museen	Völker- kund- liche Museen	Tech- nische Museen	Natur- kund- liche Museen	
a) Alter									
15 bis unter 21 Jahre	12,0	10,6	8,5	19,6	12,7	6,3	19,0	11,3	100,0
21 bis unter 31 Jahre	8,4	13,3	12,4	23,6	17,9	7,4	8,2	8,8	100,0
31 bis unter 41 Jahre	8,1	16,2	10,5	19,8	17,0	8,5	13,0	6,9	100,0
41 bis unter 61 Jahre	9,7	18,8	16,3	16,2	10,9	12,2	9,4	6,5	100,0
61 Jahre und älter	9,4	25,0	18,7	7,0	14,1	10,9	9,4	5,5	100,0
N = 1 362	9,1	15,9	13,1	19,2	15,2	9,0	10,6	7,9	100,0
b) Geschlecht									
weiblich	9,0	16,3	14,6	20,2	19,3	9,0	4,1	7,5	100,0
männlich	9,8	16,2	12,5	17,6	11,4	8,6	15,8	8,1	100,0
N = 1 408									

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

5.4 Motivation

Auf das starke, kommunikative Element des Museumsbesuches wurde schon im Zusammenhang mit der Besuchssozietät hingewiesen. Entspricht diese Zweckorientierung aber auch der eigenen Einschätzung der Besucher? Dazu wurden die Leute befragt, ob der Besuch im Stadtmuseum für sie eher der Bildung oder der Unterhaltung wegen erfolgte. 52,9% aller Befragten hoben den unterhaltenden Charakter des Besuches hervor, was besonders dem Bedürfnis der Jüngeren (64,5% aller 21- bis unter 31jährigen) entsprach. Unter den Senioren überwog eindeutig der Bildungscharakter des Besuches (65,4% der über 60jährigen). Auch nach dem Geschlecht ergab sich eine unterschiedliche Bewertung dieser Frage. 58,3% der Frauen vertraten die Ansicht, daß ein Museumsbesuch eher unterhaltend sein soll, wohingegen 51,5% der Männer das Museum eher als Lernort betrachten. Daß ein Museumsbesuch in vielen Fällen von beiden Faktoren bestimmt sein dürfte, belegte die Tatsache, daß ein Großteil der Befragten unserer Untersuchung sich nicht für die eine oder andere Antwortvorgabe entscheiden konnte, was sie durch handschriftliche Bemerkungen auf dem Fragebogen („sowohl als auch“) zum Ausdruck brachten.

6. Besuchte Ausstellungen

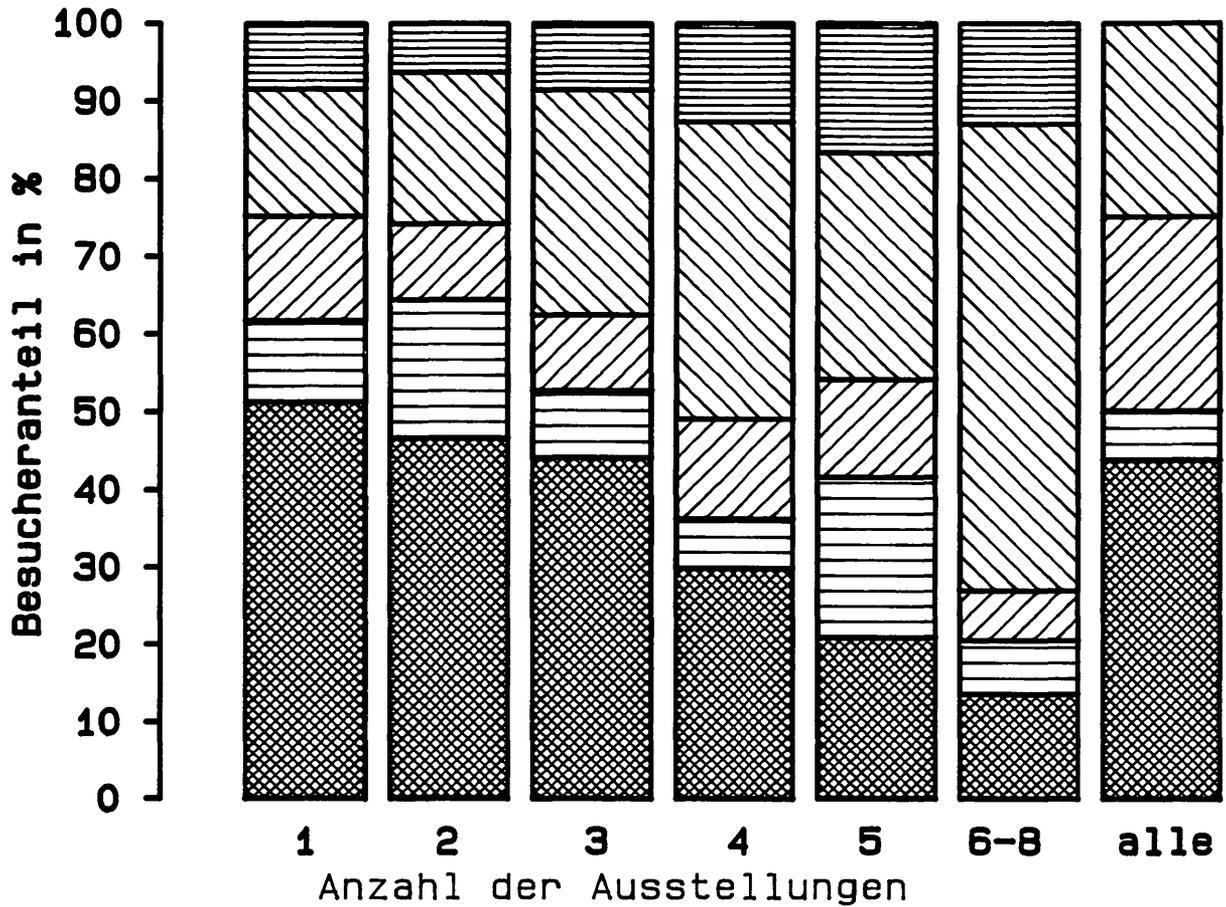
Betrachten wir abschließend die Ergebnisse für die einzelnen Ausstellungen des Stadtmuseums, deren

Sammlungsgebiete sich zum Teil sehr voneinander unterscheiden. Vorab ist zu bemerken, daß die Befragten angeben sollten, welche Ausstellungen sie besichtigen wollen. Ob dann tatsächlich alle angekreuzten Ausstellungen besucht wurden, läßt sich bei einer Eingangsbefragung nicht überprüfen. In die Auswertung gelangten somit nur Besuchsabsichten. Von den Stichprobenteilnehmern wollten 30% nur eine Ausstellung und 33,5% zwei Ausstellungen besuchen. Es erscheint nicht unrealistisch zu behaupten, daß bei diesen 63,5% Absicht und Wirklichkeit mit einiger Wahrscheinlichkeit übereinstimmen dürften.

In Abbildung 12 auf Seite 284 ist die Zahl der besuchten Ausstellungen nach der Herkunft der Besucher dargestellt. Dabei zeigt sich, daß mit zunehmender Anzahl der Ausstellungsbesuche der Anteil der lokalen Besucher zurückgeht (Effekt des Stammpublikums), gleichzeitig aber der Anteil der auswärtigen Besucher zunimmt. Beim Besuch aller Ausstellungen bestimmen hingegen die ortsansässigen Besucher wieder das Bild, wobei diese Zahl unter Berücksichtigung der Besuchsabsicht nur mit größter Vorsicht zu interpretieren ist. Im Kreisdiagramm der Abbildung 13 auf Seite 285 ist die Verteilung der Besuche auf die einzelnen Ausstellungen abgebildet. Danach entfielen von allen Ausstellungsbesuchen 56,7% auf nur drei Ausstellungen (davon Wechselausstellung: 22,1%, Fotomuseum: 19,7%, Puppentheatermuseum mit Schaustellerei: 14,7%). 18,4% der

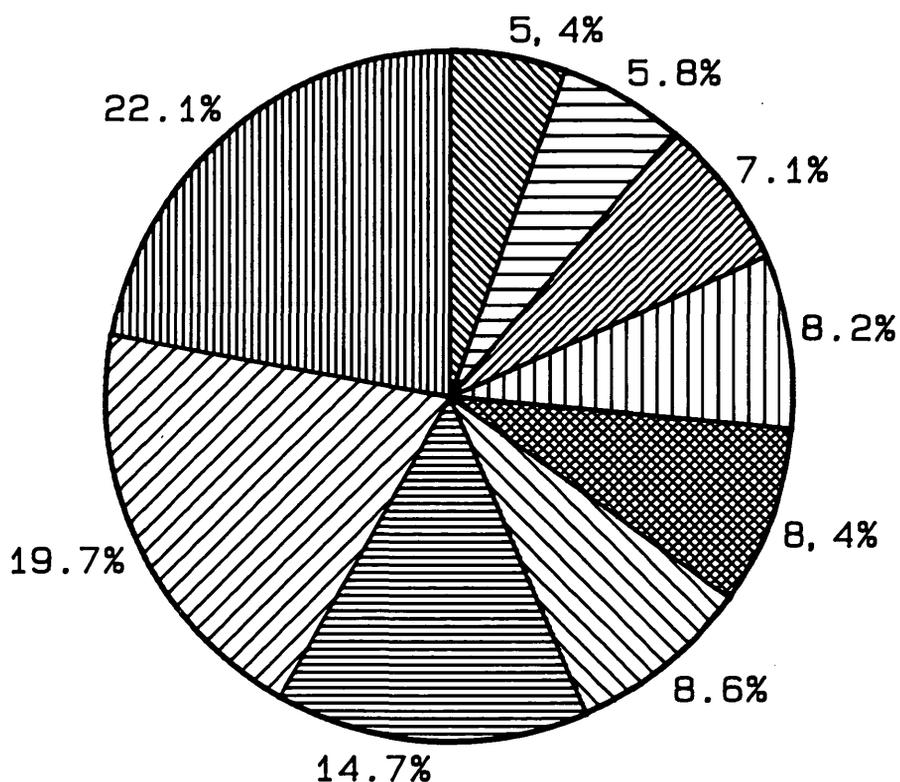
Muenchener Stadtmuseum
Besucherbefragung

Die Zahl der besuchten Ausstellungen
nach der Herkunft der Besucher



Muenchener Stadtmuseum
Besucherbefragung

Die Verteilung der Besuche auf die Ausstellungen



- | | |
|---------------------|---------------------------|
| Wechselausstellung | Musikinstrumentensammlung |
| Fotomuseum | Moriskentaenzer |
| Puppentheatermuseum | Deutsches Brauereimuseum |
| Stadtbild Muenchen | Waffenhalle |
| Wohnkultur | |

**Besuchte Ausstellungen nach Alter, Geschlecht, Schulabschluß,
Stellung im Erwerbsleben und Herkunft der Besucher**

Tabelle 12

Merkmale	Wechsel- ausstel- lung	Mo- risken- tänzer	Stadt- bild	Waffen- halle	Brau- erei- museum	Foto- museum	Puppen- theater	Wohn- kultur	Musik- instru- mente
a) Alter									
15 bis unter 21 Jahre	9,3	10,9	9,3	17,9	16,2	12,4	10,5	13,8	13,9
21 bis unter 31 Jahre	40,7	26,7	23,7	28,3	30,1	37,1	35,9	30,2	33,0
31 bis unter 41 Jahre	19,0	18,8	9,3	16,7	18,8	16,6	16,3	20,7	9,6
41 bis unter 61 Jahre	22,6	30,7	35,7	25,6	21,2	24,0	27,3	26,7	28,7
61 Jahre und älter	8,4	12,9	22,0	11,5	13,7	9,9	10,0	8,6	14,8
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
b) Geschlecht									
weiblich	44,7	51,8	39,2	42,2	44,3	44,0	57,7	57,5	50,0
männlich	55,3	48,2	60,8	57,8	55,7	56,0	42,3	42,5	50,0
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
c) Schulabschluß									
Volks-/Hauptschulabschluß	9,4	11,9	19,4	20,7	18,2	13,3	13,4	18,6	16,8
Mittlere Reife	21,3	30,3	29,5	34,1	34,1	27,2	31,7	37,2	34,4
Abitur/Fachhochschulreife	36,0	18,3	16,3	18,3	17,0	27,9	25,0	16,3	20,0
Universitäts-/Fachhochschul- abschluß	31,8	37,7	33,2	23,2	27,3	29,3	29,0	25,6	25,6
ohne Abschluß	1,5	1,8	1,6	3,7	3,4	2,3	0,9	2,3	3,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
d) Stellung im Erwerbsleben									
Angestellte/Beamte	35,8	38,2	38,1	34,9	44,3	36,7	38,9	41,9	30,6
Handwerker/Facharbeiter/ Arbeiter	5,5	5,5	5,3	6,0	6,8	6,9	4,4	6,2	7,3
Selbständige/freie Berufe	19,2	11,8	12,2	4,8	5,7	12,1	12,4	11,6	12,1
Rentner/Pensionäre	9,0	12,7	21,4	13,3	9,1	11,1	10,2	10,1	15,3
Hausfrauen	3,8	9,1	6,9	8,4	8,0	5,6	9,3	10,1	8,1
Schüler/Azubis/Studenten	21,2	17,3	12,2	27,8	21,6	21,3	22,6	17,8	21,8
Zivis/Wehrpflichtige	2,9	1,8	0,8	2,4	1,1	3,0	0,0	0,0	1,6
Arbeitslose	2,6	3,6	3,1	2,4	3,4	3,3	2,2	2,3	3,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
e) Herkunft									
München	57,1	25,0	38,1	24,7	21,6	38,2	30,0	31,2	25,4
Umland ¹⁾	11,9	13,9	11,9	7,4	5,7	10,9	10,1	9,6	7,4
Inland ²⁾	25,9	50,9	40,5	59,3	62,5	41,3	44,7	49,6	52,4
Ausland	5,1	10,2	9,5	8,6	10,2	9,6	15,2	9,6	14,8
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹⁾ Planungsregion 14 und Lkrs. Bad Tölz-Wolfratshausen. – ²⁾ Übriges Bayern und übrige Bundesrepublik.

Quelle: Münchner Stadtmuseum, Besucherbefragung
Mai 1989
Statistisches Amt

befragten Personen gaben an, die Wechselausstellung besuchen zu wollen. 40% beabsichtigten, die Wechselausstellung in Kombination mit einer (oder mehreren) anderen Ausstellung(en) im Stadtmuseum aufzusuchen und 41,5% der Nennungen bezogen sich auf andere Sammlungen als die Wechselausstellung.

Die Besucherprofile für sämtliche Ausstellungen im Münchner Stadtmuseum sind in Tabelle 12 aufgeführt. Zum Besuchertypus in der Wechselausstellung läßt sich anführen, daß diese in hohem Maße von Stammbesuchern (beim ausschließlichen Besuch der Wechselausstellung waren es 70%) aufgesucht wurde. Dabei war der Besuch vom Zeitpunkt der Planung relativ unabhängig. Nach dem Alter dominierte eindeutig die Gruppe der 21- bis unter 31jährigen (40,7%). Über 60jährige waren nur zu einem sehr geringen Prozentsatz vertreten (8,4%). Vom Thema her mußte die Wechselausstellung in erster Linie Frauen ansprechen. Trotzdem war der Männeranteil in der Ausstellung merklich höher (+10,6 %-Punkte). Ganz signifikant trat der Anteil an Personen mit Abitur (36%) und Akademikern (31,8%) in der Wechselausstellung zutage. Im Gegensatz hierzu befanden sich einmal mehr die verschiedenen nichterwerbstätigen Gruppen, mit Ausnahme der Schüler und Studenten, in der Minderzahl. Ihr Anteil bildete gerade 18,3% des Besucheraufkommens in der Wechselausstellung, deren Einzugsbereich sich vorwiegend auf die Landeshauptstadt (57,1%) und sein Umland (11,9%) erstreckte.

Das Besucherprofil der Wechselausstellung scheint der Stereotypisierung des Museumsbesuchers als dem jüngeren, mobileren, aktiveren und vor allem besser gebildeten Teil unserer Gesellschaft Vorschub zu leisten. Die Ergebnisse in Tabelle 12 deuten aber auch auf Tatbestände hin, die ein differenzierteres Bild der Besucherstruktur im Stadtmuseum vermitteln. Sie zu belegen, heißt Fragen zu beantworten, wie: Lassen sich feminine und maskuline Sammlungsinhalte im Stadtmuseum unterscheiden? Gibt es Sammlungen, „in denen es nicht so akademisch zugeht“? Welche Sammlungen haben überregionalen Ausstrahlungscharakter?

Die Besucherzahlen für die ständigen Ausstellungen weisen in ihrer Geschlechterproportion zum Teil erhebliche Differenzen auf. Eine Aussage, ob sich hier möglicherweise Sammlungsinhalte mit geschlechtsspezifischen Sozialisierungseffekten verbinden, kann an dieser Stelle zunächst nur als unbewiesene Hypothese gemacht werden. Dafür spräche der hohe Frauenanteil in den ständigen Ausstellungen „Puppentheatermuseum“ und „Wohnkultur“ mit jeweils

über 57%, im Gegensatz zu den Sammlungen „Waffenhalle“, „Brauerei-“ und „Fotomuseum“, wo der Männeranteil deutlich überwiegt. Etwas aus dem Rahmen fällt das Ergebnis für die Ausstellung „Stadt-bild München“, wo die Frauenquote trotz deren Interesse für diese Sammlungsgebiete relativ gering ist. Mit diesen wenigen Zahlen sollte nun nicht der Beweis für die eingangs gestellte These erbracht werden. Es erscheint aber lohnenswert, diesem Aspekt in weiteren Untersuchungen Aufmerksamkeit zu schenken, zumal empirische Befunde aus anderen Besucherbefragungen in deutschen Museen zu ähnlichen Feststellungen gelangten.

Es wurde bis jetzt immer von der Dominanz der höheren Bildungsschichten im Museum gesprochen. Gibt es überhaupt Ausstellungen, in denen es nicht so akademisch zugeht? Den geringsten Anteil an Akademikern (23,2%) und den höchsten Anteil an Hauptschulabgängern (20,7%) wies die ständige Ausstellung „Waffensammlung“ auf. Der relativ niedrigste Anteil an Abiturienten und die höchste Quote an Realschulabsolventen waren bei den Besuchern der Ausstellung „Wohnkultur“ zu registrieren. In vier weiteren Ausstellungen bildeten die gehobenen Bildungsabschlüsse ebenfalls die stärkste Gruppe im Publikum („Waffenhalle“: 34,1%, „Brauereimuseum“: 34,1%, „Puppentheatersammlung“: 31,7% und „Musikinstrumentensammlung“: 34,4%). Besucher ohne Schulabschluß hielten sich vergleichsweise häufig in den Ausstellungen „Waffenhalle“, „Brauereimuseum“ sowie in der „Musikinstrumentensammlung“ auf.

Auf die überregionale Bedeutung der Sammlungen des Museums eingehend, soll abschließend der Blick auf die Herkunft der Besucher in den einzelnen Ausstellungen gelenkt werden. Auf den hohen Anteil Münchener Besucher in der Wechselausstellung wurde schon verwiesen. Daneben waren Münchener Besucher verstärkt in den ständigen Ausstellungen „Stadt-bild“ (38,1%) und „Fotomuseum“ (38,2%) zu finden. Das gleiche Ausstellungsinteresse trifft auch für das Publikum aus dem Umland zu, das darüber hinaus auch häufiger bei den „Moriskentänzern“ verweilt. Größter Beliebtheit bei den Besuchern aus dem weiteren Inland erfreut sich das „Brauereimuseum“ (62,5%), was wohl mit dem Image Münchens als Bierstadt zusammenhängen mag. Daneben prägt diese Gruppe noch die Besucherzusammensetzung in der „Waffenhalle“, der „Musikinstrumentensammlung“ und der Ausstellung „Moriskentänzer“. Nicht überraschend dürfte die Vorliebe ausländischer Touristen für das „Puppentheatermuseum“ und die „Mu-

sikinstrumentensammlung“ sein, geht doch beiden Sammlungen ein internationaler Ruf voraus.

7. Ausblick

Die vorliegende Untersuchung ist als Pilotprojekt zu verstehen. Tragweite und (gültige) Aussagen unterlagen dem engen Rahmen einer Momentaufnahme. Für eine weitergehende, modellhafte Abbildung der Museumsbesucher sind Fragen zur Repräsentativität und Stichprobenauswahl, zu den Zielpersonen oder zum Erhebungszeitpunkt zu klären. Die abgeschlossene Studie hat Hinweise zur Lösung dieser Fragen ge-

bracht. Die gewonnenen Erkenntnisse mögen dem „Museumsinsider“ keine allzu großen Neuigkeiten vermittelt haben, aber sie nennen Größenordnungen und decken Zusammenhänge auf, die bei künftigen Befragungen näher beleuchtet werden könnten. Die Konsequenz aus alledem wären laufende Besucherbefragungen im Museum, um keine falschen Schlussfolgerungen aus einer Momentaufnahme zu ziehen und um die Entwicklungsdynamik innerhalb und außerhalb des Museums quantitativ zu erfassen.

Dipl.-Geogr. Florian Brey