

Evaluation im Museum – Möglichkeiten und Grenzen

Verschiedene Regierungsbezirke

Deborah
Zarnke

So lange, wie es Museen gibt, so lange wird auch schon die Frage nach dem idealen Museum diskutiert. Denn die Öffnung einstiger privater Sammlungen für die Allgemeinheit führte zu einem bis heute stetig wachsenden Problem: der Frage nach der Wirtschaftlichkeit. In diesem Zusammenhang wurde es immer wichtiger, Besucherzahlen zu steigern und folglich Konzepte zu entwickeln, die eine solche Steigerung ermöglichten. Griff man dabei zunächst auf fachfremde Analytiker zurück, z. B. aus den Sozialwissenschaften oder der Psychologie, versuchen sich besonders in den letzten Jahren immer mehr Museen selbst an Evaluationen. Doch wie alle statistischen Untersuchungen haben auch besagte Evaluationen ihre Tücken.

Im Jahr 2012 startete an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Abteilung für ur- und frühgeschichtliche Archäologie, ein Dissertationsprojekt, in dessen Verlauf Aufwand und Erkenntnisgewinn der Evaluation in deutschen Museen ermittelt und kritisch hinterfragt werden sollten. Unter dem Arbeitstitel »Wer geht schon ins (archäologische) Museum?« wurde ein Fragebogen mit 51 Punkten entwickelt, der sowohl in Papierform als auch online über das Erhebungsportal www.unipark.de (basierend auf dem Programm Questback) in Umlauf gebracht wurde (Abb. 1). Bis zum Ende der Umfrage im Frühjahr 2014 konnten über 3000 Fragebögen und somit rund 150.000 Daten gewonnen werden, die bis Ende 2015 ausgewertet wurden (Abb. 2).

Die Auswertung erfolgte dabei in zwei Schritten. Zunächst wurden die Antworten der Probanden – wie bei einer Evaluation üblich – mithilfe der deskriptiven Statistik formuliert. Es wurde also festgehalten, wie sich die Teilnehmer, differenziert nach Geschlecht, Alter und Bildungsstand, zu den einzelnen Fragen geäußert hatten. Von den oben erwähnten 51 Punkten verteilten sich 4 auf Angaben zur Person, 21 auf das Interesse an Kultur, Bildung und Museen und 25 auf die Erwartungshaltung bezüglich Konzeption, Gestaltung und Vermittlung von Ausstellungen. Der letzte Punkt umfasste ein Feld zur freien Mei-

nungsäußerung. In einem zweiten Schritt wurden anhand des eigenen Beispiels die Entwicklung eines solchen Fragebogens, seine Verbreitung, sein Rücklauf und seine Auswertung auf Fehleranfälligkeit hin untersucht sowie in der Folge die Möglichkeiten und Grenzen der Evaluation kritisch hinterfragt. Zudem war die weitere Nutzung von Evaluationsergebnissen, sprich deren Konsequenzen, ein Aspekt der Untersuchung.



Grundsätzlich bietet die Evaluation einem Museum ein direktes Feedback seiner Besucher. Die Herausforderung liegt jedoch schon in der richtigen Gestaltung des Fragebogens. Hierzu müssen zunächst die grundlegenden Dinge geklärt werden, wie: Wen will ich befragen? Wie will ich fragen? Was will ich fragen? Das klingt zunächst sehr simpel und naheliegend, bringt aber diverse Schwierigkeiten mit sich.

So wird beispielsweise häufig nur eine konkrete Zielgruppe als Adressat ausgewählt. Dieses Vorgehen kann dabei helfen, spezielle Personenkreise künftig besser zu berücksichtigen und im besten Fall vermehrt in eine Ausstellung einzubinden. Es hat in der Vergangenheit aber auch dazu geführt, dass ganze Konzeptionen (unbeabsichtigt) auf eine einzelne Zielgruppe zugeschnitten und für andere Besucher weniger attraktiv wurden. So spricht nichts dagegen, dass ein Museum eine Aus-

Abb. 1 Zur Vorstellung des Projekts und um die Anzahl an nicht verwertbaren Klicks möglichst zu minimieren, wurde eine Homepage eingerichtet. Potenzielle Probanden konnten sich so erst informieren, um anschließend über einen Link zur Umfrage zu gelangen (Grafik: D. Zarnke).

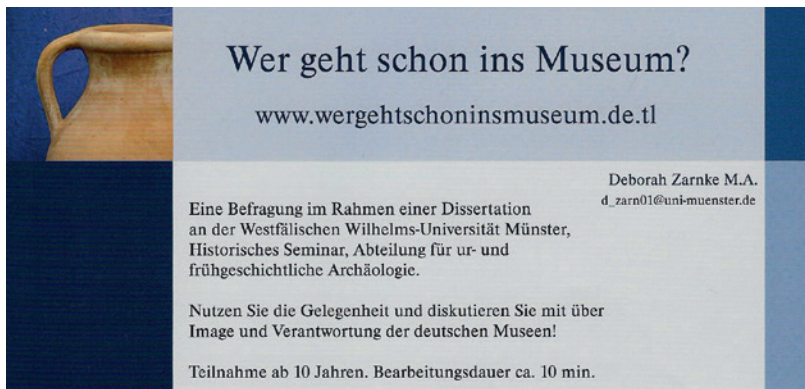


Abb. 2 Für eine möglichst weite Verbreitung des Fragebogens wurden unter anderem Werbeflyer gedruckt, die es an den unterschiedlichsten Orten zu verteilen galt (Grafik: D. Zarnke).

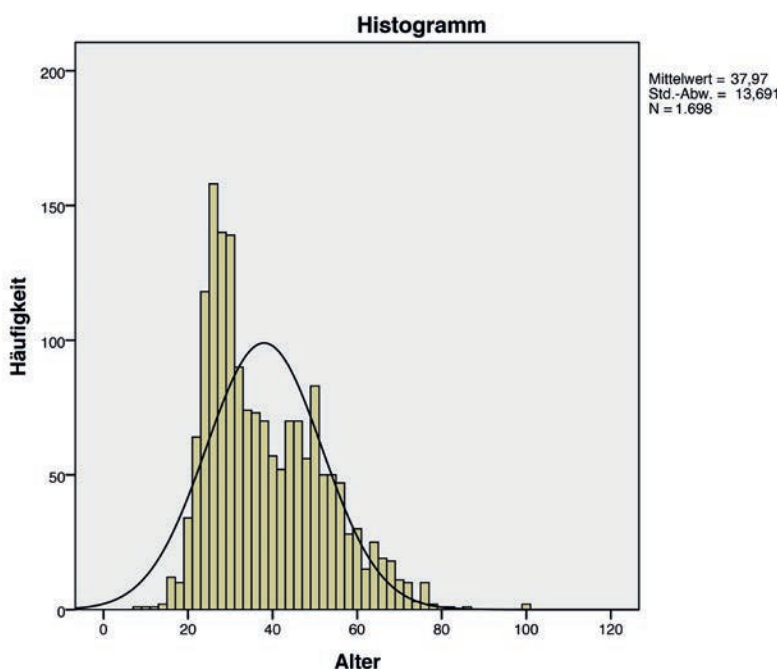
Abb. 3 Die Altersverteilung nach Häufigkeiten weist bei der Onlinebefragung eine deutliche Rechtsschiefe gegenüber der Normalverteilung (schwarze Kurve) auf. Derartige Auffälligkeiten oder auch sogenannte Ausreißer, wie sie hier bei der 100 auf der Altersachse zu sehen sind, müssen während einer Auswertung stets kritisch hinterfragt werden (Grafik: D. Zarnke).

stellung explizit für Kinder plant. Schwierig wird es erst, wenn die gewünschte Teilhabe der Kinder an einer regulären Ausstellung dazu führt, dass der erwachsene Besucher sich nicht mehr angesprochen fühlt. Hier verbirgt sich auch die Frage nach dem Selbstverständnis eines Museums und seinem Image in der Bevölkerung in Bezug auf einen Bildungsauftrag. Ein Museum muss sich also – sowohl bei der Ausstellungskonzeption als auch bei der Evaluation – bewusst sein, wen genau es ansprechen will und mit welcher Intention. Unter Umständen muss der Mut aufgebracht werden, schon in der Konzeption dem »Museum für alle« eine Absage zu erteilen. Die Auswahl einer oder mehrerer Zielgruppen beinhaltet bei einer Evaluation wiederum immer einen vom Museum vorgegebenen statistischen Filter, der bei der Auswertung einer Umfrage unbedingt berücksichtigt werden muss.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Frage nach dem »wie«. Es macht einen großen Un-

terschied, ob ein Fragebogen nur auf dem Papier oder nur online zur Verfügung gestellt wird und auf welche Weise man ihn verbreitet. Wird er nur auf dem Papier angeboten, ist jeder Ort, an dem er ausgelegt wird, ein weiterer statistischer Filter: nur Museumsbesucher, nur Schüler, nur Passanten usw. Auch die Definition des Nicht-Besuchers ist eher schwammig und häufig trügerisch. Vorwiegend richtet sich der Fragebogen in diesem Kontext an Personen, die aktuell nicht in dem Museum zu Besuch sind, das die Untersuchung veranlasst hat. Er richtet sich aber nicht grundsätzlich an Personen, die noch nie in einem Museum waren. Und es greift zugleich ein weiterer Filter: In der Regel nehmen nur Personen an einer Umfrage zu Museen teil, die sich – wie auch immer – für Museen interessieren. Andere sind nur selten und dann vorwiegend über »Lockmittel« einzubeziehen, wie z.B. Gewinnspiele. Diese stellen jedoch eine große statistische Fehlerquelle dar, weil die Probanden dann unbewusst die Antworten geben, von denen sie glauben, dass sie die Chancen auf die in Aussicht gestellte Belohnung erhöhen. Je nach Kontext können die Antworten somit auffallend positiv oder negativ ausfallen. Es muss also gewährleistet sein, dass alle »potenziellen« Besucher einen unbefangenen Zugang zu der Befragung erhalten und dass alle Filter bei der Auswertung einer Umfrage berücksichtigt werden. Zum Beispiel wird ein Fragebogen, der nur online zur Verfügung steht, zurzeit noch vorwiegend von jüngeren Menschen ausgefüllt. Eine so entstandene Rechtsschiefe darf nicht zu Überinterpretationen verleiten wie der Schlussfolgerung »Vor allem junge Leute haben an der Umfrage teilgenommen, demzufolge ist unsere Fragestellung besonders für junge Leute interessant.« (Abb. 3).

Ähnliches gilt für die Frage nach dem »was«. Ein zentraler Punkt ist hier die statistische Richtigkeit der Fragen. Wenn bei der Evaluation fehlerhafte Skalen oder nicht klar definierte Variablen verwendet oder Suggestivfragen gestellt werden, sind die gewonnenen Daten grundsätzlich mit Vorsicht zu genießen und in der Regel für eine weitere Verwertung nicht zu gebrauchen. Darüber hinaus ist die Gewichtung der Fragen in der Gesamtbewertung entscheidend. Schwierige Themen können gezielt umgangen werden, indem man sich auf Nebensächlichkeiten oder Verallgemeinerungen fokussiert. Die Frage nach der Bewertung der Qualität eines Muse-



ums wird bis heute kontrovers diskutiert, verbindliche Richtwerte gibt es nicht. Häufig finden sich daher in Evaluationen die Punkte Museumshop, Museumscafé, Öffnungszeiten, Eintrittspreise und Erreichbarkeit. Das Museum wird zum Unterhaltungsgesamtpaket. Wenn nun die Besucherzahlen (eine von vielen sogenannten Kennziffern) für die Politik (und somit für die Wirtschaft) stimmen und der Besucher das Museum in seiner Gesamtheit mit »gut« bewertet, sagt das noch nichts über die Qualität einer Ausstellung, speziell in Bezug auf den Bildungsauftrag, aus.

Als vorläufiges Ergebnis kann daher festgehalten werden, dass eine Evaluation nur dann sinnvoll ist, wenn sie von Beginn an richtig durchdacht wurde und auch eine Nutzung der Erkenntnisse stattfindet. Darüber hinaus hat sich gezeigt, dass die Erwartungshaltung potenzieller Besucher nicht mit dem übereinstimmen muss, was dann im Museum selbst in Anspruch genommen wird. Evaluationen und andere Untersuchungen sollten also immer die Ist-Situation der Erwartungshaltung gegenüberstellen: Nur, weil Texte nicht gelesen werden, kann nicht gefolgert werden, dass der Besucher keine Texte in der Ausstellung wünscht. Nur, weil Besucher sich nicht an die Wegeführung halten, kann nicht angenommen werden, dass sie keine erwarten. Und nur, weil zu hohe Eintrittspreise und zu kurze Öffnungszeiten kritisiert werden, heißt dies noch nicht, dass Besucher öfter kommen, nachdem beides angepasst wurde.

Summary

Visitor surveys are a tool used by museums that can be valuable but also error-prone. Even before a survey is carried out, some basic questions must be asked: whom do we wish to survey? How do we wish to survey them? What questions should we ask? The analysis of the survey must take into account both the filters set by the museum and those that are beyond the museum's influence. Used with caution, a survey in the long term can contribute to the quality of a museum's contents and concepts.

Samenvatting

De (bezoekers)enquête is voor musea een belangrijk maar foutgevoelig instrument. Voorafgaand aan een onderzoek moet duidelijk vastgelegd worden wie geënuquêteerd wordt en op welke wijze. Bij analyse van de uitslag moet terdege rekening gehouden worden met interne en externe factoren die de antwoorden mogelijk beïnvloed hebben. Wanneer het instrument van de enquête bedachtzaam ingezet wordt, kan het op de lange termijn leiden tot verbetering van de museale inhoud en concepten.

Literatur

Eva M. Reussner, Publikumsforschung für Museen. Internationale Erfolgsbeispiele. Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement (Bielefeld 2010) – Heinz Holling/Günther Gediga, Statistik – Deskriptive Verfahren. Bachelorstudium Psychologie 4 (Göttingen 2011) – Deborah Zarnke, Die Entwicklung der (archäologischen) Museologie seit den 1950er-Jahren in Deutschland unter der Berücksichtigung des Zeitgeistaspekts (Magisterarbeit Westfälische Wilhelms-Universität Münster 2011).

Tourismus Aus- und Einblick – Stereoskope auf der Wallburg Bruchhauser Steine

Hochsauerlandkreis, Regierungsbezirk Arnsberg

Manuel Zeiler,
Michael M. Rind,
Matthias Link

Angesichts der gut ausgebauten archäologischen Museumslandschaft wird schnell vergessen, dass die Archäologische Denkmalpflege auch die Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse an den originalen Fundstellen betreibt, unterstützt, initiiert oder zumindest daran beteiligt ist. Diese Aufgaben sind wichtig,

bietet sich doch vor Ort eine authentischere Form des Informationstransfers, kann der Interessierte aktiv eingebunden und ein ganzheitlicheres Bild der damaligen Lebenssituation geboten werden.

Dies ist der Fall auf der Wallburg Bruchhauser Steine bei Olsberg-Bruchhausen im