

5 Internetauftritt der Museen

Als jährlich wechselndes Sonderthema der statistischen Erhebung an deutschen Museen wurde für das Erhebungsjahr 2013 das Thema „Internetauftritts der deutschen Museen“ gewählt. Bereits für das Jahr 2008 und 2001 wurden im Rahmen der jährlichen Gesamterhebung Daten erhoben zum Angebot der Museen im „Internet“ bzw. der „Neuen Medien“ in den Museen.

Von 5.140 Museen (2008: 5.149), die den Fragebogen zurückgeschickt haben, machten 4.303 (2008: 4.345) Einrichtungen Angaben zum Internetauftritt. Das entspricht einer Beteiligungsquote an diesem Fragenkomplex von 83,7 % (2008: 84,4 %) der beteiligten Museen. Zum Themenkomplex „Neue Medien“ in Museen im Jahr 2001 antworteten damals 4.364 Einrichtungen, was einer Quote von 83,3 % entsprach. Die hohe Beteiligung der Museen an diesen Themen zeigt bereits, dass Internet und „Neue Medien“ eine wichtige Rolle für die Museen spielen und dass viele diese Medien aktiv nutzen.

5.1 Anzahl der Museen im Internet und Zugang zur Internetpräsentation

Von den 4.303 Einrichtungen, die uns auf unsere Fragen zum Thema „Internetpräsentation“ geantwortet haben, konnten 4.038 Einrichtungen darauf verweisen, dass sie mit einer eigenen bzw. auf einer anderen Homepage im Internet vorgestellt werden. Das sind 93,8 % der Museen, die sich an dieser Abfrage beteiligten. 265 Einrichtungen gaben an, nicht im Internet vertreten zu sein. Der Anteil der deutschen Museen ohne Internetpräsenz lag im Jahr 2013 bei 6 %. Für 2008 waren es knapp 9 % und sieben Jahre zuvor, im Jahr 2001, noch über 20 %. Ein Großteil der Museen, die noch nicht im Internet vertreten sind, gehören in die Gruppe der Museen mit „bis zu 5.000 Besuchen“. Nach Museumsarten sind Museen ohne Internetpräsentation am häufigsten bei den Volks- und Heimatkundemuseen und den Kulturgeschichtlichen Spezialmuseen zu finden.

Nicht nur der Anteil an Museen, die im Internet recherchierbar sind, ist im Laufe der Jahre gestiegen, auch die Art des Angebotes hat sich verändert. So fällt auf, dass es viel mehr Einrichtungen gibt, die sich mit eigenen Seiten im Netz selbständig vertreten. 62,6 % der Museen stellen sich aktuell auf einer eigenen Homepage vor (2008: 56,8 %) (vgl. Tabelle 30). Nur noch etwa ein Drittel der Museen präsentieren sich ausschließlich auf einer anderen Homepage (vgl. Tabelle 29). Im Jahr 2008 waren es 39,5 % und im Jahr 2001 waren dagegen die Museen (52,3 %) noch überwiegend auf den Seiten anderer vertreten. Die höchsten Anteile an Museen mit eigener Homepage finden sich derzeit nach Museumsarten bei den Naturwissenschaftlich-technischen Museen (75,6 %) und den Historisch-archäologischen Museen (73,6 %) (vgl. Tabelle 31).

Tabelle 32 zeigt, daß Museen mit höherer Besuchszahl auch eher eine eigene Homepage haben.

Tabelle 29: Museen im Internet – Vergleich der Jahre 2013 und 2008

Internetauftritt	Anzahl der Museen		in % der Museen mit Internetauftritt *	
	2013	(2008)	2013	(2008)
eigene Homepage	2.527	(2.238)	62,6	(56,8)
präsentiert ausschließlich auf anderer Homepage	1.359	(1.560)	33,6	(39,5)
keine Angabe, ob eigene oder andere Homepage	152	(145)	3,8	(3,7)

*) in % der 4.038 Museen mit Internetauftritt (2008: 3.943 Museen)

Etwa jedes dritte Museum (35,1 %), das eine eigene Homepage hat, wird auch auf einer anderen Homepage mit präsentiert. Häufig sind dies Seiten von Städten, Kommunen und Landkreisen, die so über ihre kulturelle Infrastruktur Auskunft geben, oder die Verkehrsämter und Touristeninformationen.

Tabelle 30: Museen mit Internetpräsentation

Internetauftritt	Anzahl der Museen		in % *	
	2013	(2008)	zu dieser Frage 2013	(2008)
eigene Homepage	2.527	(2.238)	62,6	(56,8)
mitpräsentiert auf anderer Homepage	2.256	(2.271)	55,9	(57,6)
Beteiligung an übergreifenden Internetseiten / Portalen	1.620	(1.508)	40,1	(38,3)
keine Angabe zur Art der Präsentation	152	(145)	3,8	(3,7)

*) in % der 4.038 Museen mit Internetauftritt (2008: 3.943)
(Mehrfachnennungen waren möglich)

Die gemeinsame Präsenz auf Portalen und anderen übergreifenden Internetseiten ist meist eine inhaltliche Allianz, die Museen mit sehr vielen Einrichtungen eingehen, auch mit Institutionen, die keine Museen sind. Weit mehr als jedes dritte Museum beteiligt sich bereits an einer gemeinschaftlichen Internetdarstellung bzw. an Portalen. Das Spektrum dieser gemeinschaftlichen Internetpräsenzen ist groß. Es kann sich hierbei um regionalbezogene Zusammenschlüsse handeln oder auch um ein nationales Portal, das Informationen aus verschiedenen Quellen zusammen bringt, wie z.B. das BAM-Portal, das die Schlagwortsuche in den digital hinterlegten Erschließungsinformationen von Bibliotheken, Archiven, Museen und weiterer Quellen erlaubt (www.bam-portal.de) oder die Deutsche Digitale Bibliothek (www.ddb.de), die als zentrales Portal zu Kultur und Wissenschaft in Deutschland aufgebaut wird. Ein weiteres Beispiel sind Fachgemeinschaften, die sich national präsentieren und kommunizieren. Ein bekanntes und aktuelles Beispiel für Internetseiten, die europäisch übergreifende Ziele verfolgen, ist sicherlich das mit Mitteln der EU-geförderte Portal www.europeana.eu, das einen virtuellen Zugang zu den digitalen Beständen verschiedenster – in diesem Fall europäischer – Einrichtungen erlauben soll. Auch www.euromuse.net ist ein Beispiel auf europäischer Ebene. Hier handelt es sich um einen digitalen Ausstellungskalender von Museen und Ausstellungshäusern in verschiedenen europäischen Ländern, womit touristische Aktivitäten unterstützt und gefördert werden sollen.

Tabelle 31: Museen im Internet nach Museumsarten (in Klammern mit den Angaben für das Jahr 2008)

Museumsart	Anzahl Museen im Internet	Anzahl der Museen:							
		eigene Homepage		mitpräsentiert auf anderer Homepage		übergreifende Internetseiten/ Portale		ohne Angabe zur Art der Präsentation	
			in % *		in % *		in % *		in % *
Volks- und Heimatkunde	1.734 (1.714)	888 (763)	51,2 (44,5)	1.135 (1.204)	65,5 (70,2)	588 (580)	33,9 (33,8)	26 (22)	1,5 (1,3)
Kunstmuseen	457 (424)	323 (306)	70,7 (72,2)	218 (179)	47,7 (42,2)	226 (183)	49,5 (43,2)	40 (19)	8,8 (4,5)
Schloß- und Burgmuseen	164 (175)	105 (98)	64,0 (56,0)	62 (69)	37,8 (39,4)	65 (68)	39,6 (38,9)	30 (37)	18,3 (21,2)
Naturkundl. Museen	186 (183)	130 (127)	69,9 (69,4)	96 (89)	51,6 (48,6)	81 (77)	43,5 (42,1)	0 (3)	0,0 (1,6)
Naturwiss./ technische Museen	505 (499)	382 (361)	75,6 (72,3)	247 (235)	48,9 (47,1)	217 (196)	43,0 (39,3)	14 (12)	2,8 (2,4)
Historisch-archäol. Museen	330 (284)	243 (191)	73,6 (67,3)	154 (146)	46,7 (51,4)	155 (131)	47,0 (46,1)	11 (9)	3,3 (3,2)
Sammelmuseen	25 (23)	18 (17)	72,0 (73,9)	9 (6)	36,0 (26,1)	14 (14)	56,0 (60,9)	2 (1)	8,0 (4,3)
Kulturgesch. Spezialmuseen	577 (579)	398 (337)	69,0 (58,2)	302 (316)	52,3 (54,3)	242 (236)	41,9 (40,8)	26 (30)	4,5 (5,2)
Mehrere Museen in Museumskomplex	60 (62)	40 (38)	66,7 (61,3)	33 (27)	55,0 (43,5)	32 (23)	53,3 (37,1)	3 (12)	5,0 (19,4)
Gesamt	4.038 (3.943)	2.527 (2.238)	62,6 (56,8)	2.256 (2.271)	55,9 (57,6)	1.620 (1.508)	40,1 (38,2)	152 (145)	3,8 (3,7)

*) in % der Museen mit Internetpräsentation pro Museumsart
(Mehrfachnennungen waren möglich)

Tabelle 32: Museen im Internet nach gruppierten Besuchszahlen (in Klammern mit den Angaben für das Jahr 2008)

Besuche	Anzahl der Museen im Internet	Anzahl der Museen:							
		eigene Homepage		mitpräsentiert auf anderer Homepage		übergreifende Internetseiten / Portale		ohne Angabe zur Art der Präsentation	
			in % *		in % *		in % *		in % *
bis 5.000	2.104 (1.988)	1.091 (875)	51,9 (44,0)	1.351 (1.369)	64,2 (68,9)	636 (583)	30,2 (29,3)	44 (37)	2,1 (1,9)
5.001 – 10.000	500 (532)	338 (323)	67,6 (60,7)	277 (301)	55,4 (56,6)	254 (240)	50,8 (45,1)	10 (15)	2,0 (2,8)
10.001 – 15.000	294 (285)	223 (194)	75,9 (68,1)	151 (145)	51,4 (50,9)	139 (138)	47,3 (48,4)	13 (11)	4,4 (3,9)
15.001 – 20.000	181 (210)	123 (159)	68,0 (75,7)	93 (101)	51,4 (48,1)	94 (109)	51,9 (51,9)	9 (5)	5,0 (2,4)
20.001 – 25.000	131 (126)	106 (92)	80,9 (73,0)	51 (59)	38,9 (46,8)	73 (61)	55,7 (48,4)	10 (9)	7,6 (7,1)
25.001 – 50.000	304 (305)	249 (232)	81,9 (76,1)	141 (112)	46,4 (36,7)	172 (166)	56,6 (54,4)	15 (28)	4,9 (9,2)
50.001 – 100.000	180 (176)	161 (144)	89,4 (81,8)	66 (56)	36,7 (31,8)	104 (81)	57,8 (46,0)	9 (15)	5,0 (8,5)
100.001 – 500.000	175 (169)	140 (142)	80,0 (84,0)	41 (38)	23,4 (22,5)	98 (83)	56,0 (49,1)	27 (18)	15,4 (10,7)
mehr als – 500.000	18 (16)	15 (15)	83,3 (93,8)	5 (4)	27,8 (25,0)	11 (11)	61,1 (68,8)	2 (1)	11,1 (6,3)
ohne Besuchszahl	151 (136)	81 (62)	53,6 (45,6)	80 (86)	53,0 (63,2)	39 (36)	25,8 (26,5)	13 (6)	8,6 (4,4)
Gesamt	4.038 (3.943)	2.527 (2.238)	62,6 (56,8)	2.256 (2.271)	55,9 (57,6)	1.620 (1.508)	40,1 (38,2)	152 (145)	3,8 (3,7)

*) in % der Museen mit Internetpräsentation pro Besuchszahlengruppe
(Mehrfachnennungen waren möglich)

Tab. 33 zeigt, dass bei einer Präsentation auf einer anderen Homepage der überwiegende Teil der Museen bei einer Internetseite der Gebietskörperschaft mit vertreten ist. Der Anteil dieser Museen ist im Vergleich der Erhebungsjahre 2013 und 2008, mit etwa drei Viertel der Museen, konstant hoch geblieben.

Tabelle 33: Präsentation auf anderer Homepage

Andere Homepage	Anzahl der Museen		in % * zu dieser Frage	
	2013	(2008)	2013	(2008)
Verkehrsamt/ Touristeninfo	661	(614)	29,3	(27,0)
Stadt, Gemeinde, Landkreis	1.716	(1.716)	76,1	(75,6)
Freundeskreis/ Förderverein	238	(185)	10,5	(8,1)
bei dem Träger	178	(**)	7,9	(**)
sonstige	128	(343)	5,7	(15,1)
keine Angabe welche andere	71	(53)	3,1	(2,3)

*) in % der 2.256 Museen mit Präsentation auf anderer Homepage (2008: 2.271 Museen) (Mehrfachnennungen waren möglich)

***) für 2008 nicht separat erfasst

Bei den übergreifenden Seiten/ Internetportalen gibt es eine ähnliche Anzahl von Museen bei den Fachportalen, den regionalen Portalen und den touristischen Portalen. Auch hier hat sich der prozentuale Anteil dieser Museen im Vergleich der Jahre 2013 zu 2008 wenig verändert (vgl. Tab. 34). Deutliche Zuwächse gab es bei den Objekt-Nachweisportalen, bei denen ca. 10 % der Museen mit übergreifenden Internetseiten vertreten sind.

Tabelle 34: Präsentation auf übergreifenden Seiten/ Internetportalen

Internet- portale	Anzahl der Museen		in % * zu dieser Frage	
	2013	(2008)	2013	(2008)
Fachportale/ thematische Portale	757	(665)	46,7	(44,1)
Bibliothekverbund	107	(80)	6,6	(5,3)
regionale Portale	713	(671)	44,0	(44,5)
Objekt- Nachweisportale	170	(47)	10,5	(3,1)
touristische Portale	826	(735)	51,0	(48,7)
sonstige	72	(70)	4,5	(4,6)
keine Angabe welches Portal	58	(56)	3,6	(3,7)

*) in % der 1.620 Museen mit übergreifenden Internetseiten/ Portalen (2008: 1.508 Museen) (Mehrfachnennungen waren möglich)

5.2 Inhalte der Internetpräsentation

Darüber, was eine Internetseite von Museen den Nutzern anbieten sollte, wird wohl bei jeder Erstellung und Gestaltung einer neuen Internetpräsenz nachgedacht. Konsens herrscht sicherlich darüber, dass zu den grundlegenden Informationen Angaben gehören, die die Vorbereitungen des Museumsbesuchs erleichtern. Dies sind die Adresse des Museums, der Anfahrtsweg, die Öffnungszeiten, Eintrittspreise und auch Information über die Inhalte, die Themen der jeweiligen Sammlungen. Diese Informationen stellen die meisten Museen auch ins Netz (s. Tabelle 35). Nach Art der Präsentation bietet die Gruppe der Museen mit „eigener und anderer Homepage“ in der Regel die meisten Informationen (s. Tabelle 36). Weitere Hinweise, die für ein potientiellies Publikum wichtig sein könnten, um den Besuch zu planen, sind z.B. Fragen nach der Zugänglichkeit im Sinne der Barrierefreiheit oder auch Auskünfte über gastronomische Angebote im Haus oder in der Nähe, was schon vorab über die Dauer des Aufenthalts im Museum mitentscheiden kann. Auch Angaben über Vermittlungsangebote oder ein Veranstaltungskalender können wichtiger Bestandteil einer Homepage sein und darüber mitentscheiden, ob der virtuelle Besucher zu einem tatsächlichen Besucher des betreffenden Museums wird. Die Angaben der Museen, welche Inhalte und Informationen sie online bereitstellen, zeigen auf, dass ein Schwerpunkt des Internetauftritts von Museen Öffentlichkeitsarbeit ist.

Tabelle 35: Inhalte und Informationen der Internetpräsentation

Inhalt der Internetpräsentation	Anzahl der Museen		in % *	
	2013	(2008)	2013	(2008)
Museumsadresse	3.674	(3.494)	97,8	(97,5)
Anfahrtsweg	2.607	(2.223)	69,4	(62,0)
Informationen zur Zugänglichkeit	1.574	(1.088)	41,9	(30,4)
Öffnungszeiten	3.522	(3.325)	93,8	(92,8)
Eintrittspreise	2.633	(2.386)	70,1	(66,6)
Museumsbeschreibung	3.318	(3.094)	88,3	(86,3)
Informationen zur Dauerausstellung	2.457	(2.244)	65,4	(62,6)
Museumsgeschichte/-architektur	1.820	(1.604)	48,5	(44,8)
Orts-/Stadtgeschichte	751	(715)	20,0	(20,0)
Leitbild, Selbstdarstellung	1.159	(1.087)	30,9	(30,3)
Mitarbeiterübersicht	766	(630)	20,4	(17,6)
Museumsshop	855	(773)	22,8	(21,6)
Restaurant / Cafe	604	(503)	16,1	(14,0)
Informationen zu Vermittlungsangeboten	1.101	(837)	29,3	(23,4)
Veranstaltungskalender	2.050	(1.890)	54,6	(52,7)
Publikationsliste	917	(865)	24,4	(24,1)
Presseinformationen	1.089	(905)	29,0	(25,3)
sonstige	197	(195)	5,2	(5,4)

* in % der 3.756 Museen mit Angaben zu den Inhalten der Internetpräsentation (2008: 3.584) (Mehrfachnennungen waren möglich)

Darüber hinaus bieten sich Internetseiten von Museen auch zur Nachbereitung eines Besuchs oder zur Kommunikation mit dem Museum an. sich nicht nur auf die technischen Möglichkeiten des Mediums. Ein Grund dafür, dass immer noch relativ wenig Museen Informationen zu ihren Objekten bieten, könnte in der häufiger geäußerten Befürchtung liegen, Besucher zu verlieren, wenn diese bereits den Internetseiten die wichtigsten Details entnehmen konnten. Eine Befürchtung, die sich in der Praxis nicht halten läßt.

An der Abfrage, welche Informationen zur Sammlung und zu Objekten auf der Homepage angeboten werden, haben sich von 4.038 Museen mit Internetauftritt 3.161 Einrichtungen beteiligt (vgl. Tabelle 37). Etwa 44 % der Museen, die diese Frage beantworteten, ermöglichen den Nutzern einen ersten Einblick und stellen eine Beschreibung der Sammlungsstruktur und/oder Texte und Bilder von – zumeist ausgewählten – Objekten online bereit.

Ähnliches gilt für die Angabe, ob Informationen zu Sonderausstellungen bereitgestellt werden. Die meisten Museen (74,1 %) haben angegeben, dass sie auf ihren Homepages Informationen zu aktuellen Sonderausstellungen bereitstellen (vgl. Tabelle 38). In erster Linie sind es aktuell laufende Ausstellungen, über die informiert wird und – auch hier wieder die Homepage als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit – die Ankündigung kommender Ausstellungen. 36,1 % der Museen bieten Informationen zu vergangenen Sonderausstellungen.

Lediglich 1,3 % der Museen haben angegeben, virtuelle Ausstellungen auf ihrer Homepage bereit zu halten (vgl. Tabelle 38) oder einen virtuellen Rundgang zu ermöglichen 13,2 % (vgl. Tabelle 39).

Tabelle 36: Inhalte und Informationen mit Art der Internetpräsentation

Inhalte	Anzahl der Museen:							
	ausschließlich eigene Homepage in % *		eigene und andere Homepage in % *		ausschließlich andere Homepage in % *		ohne Angabe welche Homepage in % *	
Museums- adresse	878 (808)	98,0 (97,7)	1.588 (1.365)	99,6 (99,0)	1.192 (1.304)	95,4 (96,1)	16 (17)	100,0 (81,0)
Anfahrtsweg	666 (563)	74,3 (68,1)	1.328 (1.052)	83,3 (76,3)	603 (597)	48,3 (44,0)	10 (11)	62,5 (52,4)
Infos zur Zugänglichkeit	321 (274)	35,8 (33,1)	885 (558)	55,5 (40,5)	361 (253)	28,9 (18,6)	7 (3)	43,8 (14,3)
Öffnungszeiten	826 (762)	92,2 (92,1)	1.563 (1.333)	98,0 (96,7)	1.118 (1.214)	89,5 (89,5)	15 (16)	93,8 (76,2)
Eintrittspreise	617 (564)	68,9 (68,2)	1.332 (1.088)	83,5 (78,9)	676 (724)	54,1 (53,4)	8 (10)	50,0 (47,6)
Museums- beschreibung	781 (733)	87,2 (88,6)	1.507 (1.267)	94,5 (91,9)	1.016 (1.080)	81,3 (79,6)	14 (14)	87,5 (66,7)
Infos zur Dauer- ausstellung	546 (541)	60,9 (65,4)	1.237 (1.006)	77,6 (73,0)	666 (686)	53,3 (50,6)	8 (11)	50,0 (52,4)
Museums- geschichte/ -architektur	428 (391)	47,8 (47,3)	993 (814)	62,3 (59,0)	393 (392)	31,5 (28,9)	6 (7)	37,5 (33,3)
Orts-/ Stadtgeschichte	164 (140)	18,3 (16,9)	341 (286)	21,4 (20,7)	244 (287)	19,5 (21,1)	2 (2)	12,5 (9,5)
Leitbild, Selbst- darstellung	278 (275)	31,0 (33,3)	701 (601)	43,9 (43,6)	177 (206)	14,2 (15,2)	3 (5)	18,8 (23,8)
Mitarbeiter- übersicht	170 (183)	19,0 (22,1)	499 (359)	31,3 (26,0)	95 (86)	7,6 (6,3)	2 (2)	12,5 (9,5)
Museumsshop	191 (227)	21,3 (27,4)	579 (457)	36,3 (33,1)	83 (87)	6,6 (6,4)	2 (2)	12,5 (9,5)
Restaurant / Cafe	148 (137)	16,5 (16,6)	401 (300)	25,1 (21,8)	53 (66)	4,2 (4,9)	2 (0)	12,5 (0,0)
Infos zu Vermittlungs- angeboten	180 (198)	20,1 (23,9)	723 (470)	45,3 (34,1)	196 (168)	15,7 (12,4)	2 (1)	12,5 (4,8)
Veranstaltungs- kalender	481 (464)	53,7 (56,1)	1.156 (961)	72,5 (69,7)	406 (458)	32,5 (33,8)	7 (7)	43,8 (33,3)
Publikations- liste	194 (230)	21,7 (27,8)	580 (493)	36,4 (35,8)	139 (138)	11,1 (10,2)	4 (4)	25,0 (19,0)
Presse- informationen	239 (256)	26,7 (31,0)	700 (513)	43,9 (37,2)	149 (132)	11,9 (9,7)	1 (4)	6,3 (19,0)
sonstige	45 (48)	5,0 (5,8)	116 (118)	7,3 (8,6)	36 (27)	2,9 (2,0)	0 (2)	0,0 (9,5)

* in % der Museen mit Angaben zu dieser Frage; eigene Homepage: 896 (2008: 827),
eigene und andere: 1.595 (2008: 1.379),
ausschließlich andere: 1.249 (2008: 1.357),
ohne Angabe: 16 (2008: 21) – (Mehrfachnennungen waren möglich)

Tabelle 37: Informationen zu Sammlung und Objekten

Art der Informationen	Anzahl der Museen	in % * zu dieser Frage
Beschreibung der Sammlungsstruktur	1.375	43,5
online Datenbank	174	5,5
ausgewählte Objekte	823	26,0
nur Highlights	323	10,2
sonstige	98	3,1
keine Objekt- informationen online	1.104	34,9

*) in % der 3.161 Museen mit Angaben zu Sammlung und Objekten
(Mehrfachnennungen waren möglich)

Tabelle 38: Informationen zu Sonderausstellungen im Internet

Inhalt der Sonderausstellungen	Anzahl der Museen		in % * zu dieser Frage	
	2013	(2008)	2013	(2008)
aktuelle Sonderausstellungen	2.260	(2.004)	74,1	(71,9)
kommende Sonderausstellungen	1.176	(1.185)	38,5	(42,5)
vergangene Sonderausstellungen	1.101	(841)	36,1	(30,2)
virtuelle Ausstellungen	41	(75)	1,3	(2,7)
sonstige	20	(50)	0,7	(1,8)
keine Informationen zu Sonderausstellungen online	693	(690)	22,7	(24,8)

* in % der 3.051 Museen mit Angaben zu dieser Frage
(2008: 2.787) (Mehrfachnennungen waren möglich)

5.3 Funktionen und Medien der Internetpräsentation

Da die meisten Museen bisher die Homepage in erster Linie zur Öffentlichkeitsarbeit nutzen, bleiben viele Funktionen und technische Möglichkeiten des Internets ungenutzt. Von den 4.038 Museen mit einer Internetpräsentation haben 2.349 Angaben (58,2 %) dazu gemacht, ob und welche Funktionen sie den Nutzern bereitstellen. Es sind eher die großen Museen, die auch auf ihren Homepages ein größeres Angebot machen. Das Angebot einer Recherche im online-Katalog der Museumsbibliothek setzt z.B. natürlich die Existenz einer Bibliothek voraus. Eine Stichwortsuche, e-cards, einen Leuchtkasten oder eine Merkliste auf der Homepage bereithalten kann natürlich nur jemand, der auch ausreichend Abbildungen von Sammlungsobjekten und Informationen online zur Verfügung stellt. Es bieten über 69,7 % der Museen, die Angaben gemacht haben, höchstens drei der folgenden Funktionen oder Medien auf ihren Internetseiten an (vgl. Tabelle 39).

Wenn Museen spezielle Funktionen auf der Homepage anbieten, so dienen auch diese oft der Besuchsorganisation, Information und der Kommunikation mit dem potentiellen Besucher. Eine Erleichterung für Arbeitsabläufe in Museen dürfte die Funktion der online-Vorabbuchung von Führungen und Eintrittskarten bedeuten. Dies ist die meistgenannte Funktion (56,2 %), der sich die Nutzer von Museumsinternetseiten bedienen können. Nur vergleichsweise wenige Museen, 26,9 %, bieten durch Links zu thematisch verwandten Seiten den Nutzern weiterführende Informationen an. Einige, aber nicht sehr viele Museen haben sich bereits dazu entschieden, durch ihre Internetseiten mit den Besuchern zu kommunizieren. So erlauben Newsletter (20,7 %) die direkte Ansprache und Einladung eines potentiellen Stammpublikums. Online-Foren und elektronische Gästebücher bieten den Besuchern eine direkte Rückmeldung an die Museen. Etwa ein Drittel der Museen ist bei facebook vertreten, eine Kommunikation auf twitter bieten 8,6 % der Einrichtungen.

Tabelle 40 zeigt, dass höhere prozentuale Anteile an Funktionen und Medien häufig in Kombination der eigenen mit einer anderen Homepage erreicht werden.

Tabelle 39: Funktionen und Medien der Internetpräsentation

Funktionen und Medien	Anzahl der Museen		in % *	
	2013	(2008)	2013	(2008)
Buchung von Führungen, Eintrittskarten	1.320	(1.121)	56,2	(56,2)
Recherche im Bibliotheksbestand	266	(248)	11,3	(12,4)
download-Bereich	429	(333)	18,3	(16,7)
3D-Darstellungen	45	(49)	1,9	(2,5)
Leuchtkasten, Merkliste	344	(32)	14,6	(1,6)
Stichwortsuche	420	(285)	17,9	(14,3)
links zu thematisch verwandten Seiten	632	(579)	26,9	(29,0)
sitemap	268	(162)	11,4	(8,1)
online-shop	343	(310)	14,6	(15,6)
newsletter	487	(373)	20,7	(18,7)
rss	72	(20)	3,1	(1,0)
extra Druckversionen	216	(214)	9,2	(10,7)
e-cards	24	(40)	1,0	(2,0)
web-cam	52	(47)	2,2	(2,4)
virtueller Rundgang	309	(283)	13,2	(14,2)
Audio, Video	298	(179)	12,7	(9,0)
elektronisches Gästebuch	145	(201)	6,2	(10,1)
online-Forum	26	(24)	1,1	(1,2)
facebook	771	(**)	32,8	(**)
twitter	201	(**)	8,6	(**)
andere web 2.0 Angebote	95	(13)	4,0	(0,7)
apps	68	(**)	2,9	(**)
skalierbare Schriftgrößen	193	(109)	8,2	(5,5)
responsive design	51	(**)	2,2	(**)
sonstige	121	(71)	5,2	(3,6)

* in % der 2.349 Museen mit Funktionen und Medien (2008: 1.994), (Mehrfachnennungen waren möglich)

** in 2008 Kategorie nicht erfragt

**Tabelle 40: Funktionen und Medien mit Art der Internetpräsentation
(in Klammern mit den Angaben für das Jahr 2008)**

Funktionen und Medien	Anzahl der Museen:							
	ausschließlich eigene Homepage in % *		eigene und andere Homepage in % *		ausschließlich andere Homepage in % *		ohne Angabe welche Homepage in % *	
Buchung von Führungen, Eintrittskarten	329 (276)	60,0 (56,4)	667 (533)	53,2 (54,1)	319 (306)	58,9 (60,1)	5 (6)	83,3 (60,0)
Recherche im Bibliotheksbestand	45 (65)	8,2 (13,3)	172 (130)	13,7 (13,2)	49 (50)	9,0 (9,8)	0 (3)	0,0 (30,0)
download – Bereich	77 (78)	14,1 (16,0)	306 (216)	24,4 (21,9)	45 (39)	8,3 (7,7)	1 (0)	16,7 (0,0)
3D-Darstellungen	9 (11)	1,6 (2,2)	30 (30)	2,4 (3,0)	6 (8)	1,1 (1,6)	0 (0)	0,0 (0,0)
Leuchtkasten, Merkliste	68 (7)	12,4 (1,4)	232 (14)	18,5 (1,4)	43 (11)	7,9 (2,2)	1 (0)	16,7 (0,0)
Stichwortsuche	67 (54)	12,2 (11,0)	288 (170)	23,0 (17,2)	64 (61)	11,8 (12,0)	1 (0)	16,7 (0,0)
links zu thematisch verwandten Seiten	125 (145)	22,8 (29,7)	402 (360)	32,1 (36,5)	105 (73)	19,4 (14,3)	0 (1)	0,0 (10,0)
sitemap	43 (36)	7,8 (7,4)	199 (109)	15,9 (11,1)	25 (16)	4,6 (3,1)	1 (1)	16,7 (10,0)
online-shop	76 (83)	13,9 (17,0)	230 (190)	18,4 (19,3)	36 (35)	6,6 (6,9)	1 (2)	16,7 (20,0)
newsletter	83 (100)	15,1 (20,4)	363 (228)	29,0 (23,1)	39 (43)	7,2 (8,4)	2 (2)	33,3 (20,0)
rss	11 (2)	2,0 (0,4)	58 (16)	4,6 (1,6)	3 (2)	0,6 (0,4)	0 (0)	0,0 (0,0)
extra Druckversionen	37 (51)	6,8 (10,4)	141 (115)	11,3 (11,7)	37 (48)	6,8 (9,4)	1 (0)	16,7 (0,0)
e-cards	6 (10)	1,1 (2,0)	15 (25)	1,2 (2,5)	3 (5)	0,6 (1,0)	0 (0)	0,0 (0,0)
web-cam	8 (10)	1,5 (2,0)	30 (30)	2,4 (3,0)	13 (6)	2,4 (1,2)	1 (1)	16,7 (10,0)
virtueller Rundgang	68 (72)	12,4 (14,7)	187 (164)	14,9 (16,6)	53 (46)	9,8 (9,0)	1 (1)	16,7 (10,0)
Audio, Video	45 (34)	8,2 (7,0)	203 (120)	16,2 (12,2)	49 (24)	9,0 (4,7)	1 (1)	16,7 (10,0)
elektron. Gästebuch	36 (59)	6,6 (12,1)	94 (122)	7,5 (12,4)	15 (18)	2,8 (3,5)	0 (2)	0,0 (20,0)
online-Forum	4 (3)	0,7 (0,6)	20 (19)	1,6 (1,9)	2 (2)	0,4 (0,4)	0 (0)	0,0 (0,0)
facebook	143 (**)	26,1 (**)	536 (**)	42,8 (**)	91 (**)	16,8 (**)	1 (**)	16,7 (**)
twitter	40 (**)	7,3 (**)	145 (**)	11,6 (**)	16 (**)	3,0 (**)	0 (**)	0,0 (**)
andere web 2.0 Angebote	7 (1)	1,3 (0,2)	81 (10)	6,5 (1,0)	7 (2)	1,3 (0,4)	0 (0)	0,0 (0,0)
apps	12 (**)	2,2 (**)	48 (**)	3,8 (**)	8 (**)	1,5 (**)	0 (**)	0,0 (**)
skalierbare Schriftgrößen	20 (28)	3,6 (5,7)	136 (54)	10,9 (5,5)	36 (27)	6,6 (5,3)	1 (0)	16,7 (0,0)
responsive design	5 (**)	0,9 (**)	43 (**)	3,4 (**)	3 (**)	0,6 (**)	0 (**)	0,0 (**)
sonstige	10 (17)	1,8 (3,5)	95 (39)	7,6 (4,0)	16 (14)	3,0 (2,8)	0 (1)	0,0 (10,0)

* in % der Museen mit Angaben zu dieser Frage; eigene homepage: 548 (BZ08: 489),
eigene und andere: 1.253 (BZ08: 986), ausschließlich andere: 542 (BZ08: 509),
ohne Angabe: 6 (BZ08: 10) – (Mehrfachnennungen waren möglich)

** für 2008 nicht erfasst

5.4 Zielgruppen der Internetpräsentation

Bei Überlegungen, wie eine Homepage aussehen soll und welche Funktionen sie beinhalten sollte, spielt sicherlich eine Rolle, für wen diese Internetseiten überhaupt von Interesse sein könnten. Dass Museen sich darüber auch für ihre Homepages Gedanken machen, wird z.B. daran deutlich, dass 81,8 % der Museen, die eine Homepage haben, Angaben dazu gemacht haben, ob und für welche Zielgruppen sie spezielle Angebote online bereithalten.

Tabelle 41: Zielgruppen für spezielle Angebote auf der Homepage

Zielgruppen	Anzahl der Museen		in % *	
	2013	(2008)	2013	(2008)
Kinder, Jugendliche, Schüler	1.441	(1.197)	43,6	(38,5)
Lehrer, Multiplikatoren	1.020	(901)	30,9	(29,0)
Familien	999	(915)	30,2	(29,4)
Behinderte	276	(227)	8,4	(7,3)
Senioren	446	(395)	13,5	(12,7)
lokale Bevölkerung	837	(866)	25,3	(27,9)
ausländische Mitbürger	156	(160)	4,7	(5,2)
Touristen	1.103	(1.102)	33,4	(35,5)
Forschung, Wissenschaftler	288	(314)	8,7	(10,1)
Museumsmitarbeiter, Fachpublikum	186	(200)	5,6	(6,4)
Presse	515	(500)	15,6	(16,1)
sonstige	53	(60)	1,6	(1,9)
keine besonderen Zielgruppen	1.343	(1.315)	40,6	(42,3)

* in % der 3.304 Museen mit Angaben zu den Zielgruppen (2008: 3.109) (Mehrfachnennungen waren möglich)

Wenn Museen Angebote für spezielle Zielgruppen auf der Homepage machen, dann sind diese in erster Linie auf Kinder, Jugendliche und Schüler ausgerichtet. Damit nehmen viele Museen Teile des Freizeit- und Informationsverhaltens von Kindern und Jugendlichen auf und erfüllen auch außerhalb ihres Hauses einen Bildungsauftrag. Gleiches gilt für die Ausrichtung von Optionen für Lehrer, Multiplikatoren und Familien¹³. Nach Museumsarten haben neben den Sammelmuseen mit 73,7 % (2008: 81,0 %) und Museumskomplexen mit 60,7 % (2008: 67,4 %) die Naturkundlichen Museen mit 55,7 % (2008: 50,3 %) und die Kunstmuseen mit 54,6 % (2008: 43,9 %) hohe prozentuale Anteile an Kindern und Jugendlichen als Zielgruppe (vgl. Tab. 42).

¹³ Hier sei auch auf die Gesamterhebung 2007 verwiesen. Im Berichtsteil zu den museumspädagogischen Angeboten von Museen gibt es auch Informationen zu den museumspädagogischen Angeboten auf den Internetseiten, Materialien aus dem Institut für Museumsforschung, Heft 62, S.55

Tabelle 42: Zielgruppen nach Museumsarten

Bundesland	Volks-, Heimat- kunde	Kunst- museen	Schloss-, Burg- museen	Natur- kunde- museen	Natur- wiss., Technik	Histor., Archäol. Museen	Sam- mel- mus.	Kultur- gesch. Spez.	Mus.- komplex	Gesamt
Kinder, Jugendl., Schüler	501 35,4	207 54,6	63 52,5	93 55,7	189 45,3	144 51,4	14 73,7	196 43,4	34 60,7	1.441 43,6
Lehrer, Multiplikatoren	329 23,3	146 38,5	31 25,8	69 41,3	132 31,7	132 47,1	10 52,6	151 33,4	20 35,7	1.020 30,9
Familien	359 25,4	133 35,1	47 39,2	72 43,1	149 35,7	77 27,5	9 47,4	131 29,0	22 39,3	999 30,2
Behinderte	68 4,8	58 15,3	9 7,5	18 10,8	55 13,2	30 10,7	3 15,8	33 7,3	2 3,6	276 8,4
Senioren	176 12,4	63 16,6	13 10,8	23 13,8	63 15,1	24 8,6	8 42,1	67 14,8	9 16,1	446 13,5
lokale Bevölkerung	413 29,2	94 24,8	27 22,5	38 22,8	92 22,1	55 19,6	5 26,3	94 20,8	19 33,9	837 25,3
ausländische Mitbürger	44 3,1	31 8,2	3 2,5	10 6,0	21 5,0	19 6,8	2 10,5	24 5,3	2 3,6	156 4,7
Touristen	438 31,0	121 31,9	61 50,8	55 32,9	158 37,9	90 32,1	9 47,4	148 32,7	23 41,1	1.103 33,4
Forschung, Wissenschaftler	62 4,4	42 11,1	6 5,0	24 14,4	46 11,0	44 15,7	6 31,6	55 12,2	3 5,4	288 8,7
Museumsmitarb., Fachpublikum	51 3,6	31 8,2	4 3,3	12 7,2	37 8,9	22 7,9	3 15,8	23 5,1	3 5,4	186 5,6
Presse	133 9,4	115 30,3	23 19,2	23 13,8	74 17,7	53 18,9	8 42,1	73 16,2	13 23,2	515 15,6
sonstige	14 1,0	6 1,6	3 2,5	0 0,0	11 2,6	8 2,9	1 5,3	10 2,2	0 0,0	53 1,6
keine besonderen Zielgruppen	666 47,1	125 33,0	33 27,5	56 33,5	166 39,8	93 33,2	4 21,1	185 40,9	15 26,8	1.343 40,6

in % der Museen mit Angaben zu den Zielgruppen pro Museumsart
(Mehrfachnennungen waren möglich)

Unverändert wichtig scheint es vielen Museen zu sein, durch ihre Homepage Touristen auf ihre Einrichtung hinzuweisen. Die meisten Museen dürften dabei aber eher deutschsprachige Touristen im Sinn haben, denn lediglich 21,7 % (2008: 19,6 %) der Museen machen ein fremdsprachiges Angebot auf ihren Internetseiten (vgl. Tab. 43). Der Vergleich mit den Angaben für das Jahr 2008 zeigt, dass der Anteil der Museen, die ein fremdsprachiges Angebot machen, leicht gestiegen ist.

Da das fremdsprachige Angebot auf den Internetseiten eine Einladung und ein Service an das touristische Publikum ist, liegt es nahe, dass es – gemessen an der Besuchszahl – die großen Einrichtungen sind, die dieses Angebot vorhalten. Von den Museen mit mehr als 50.000 Besuchen pro Jahr informiert die Mehrheit der Einrichtungen (in %) auf ihren Internetseiten auch nicht deutschsprachiges Publikum (vgl. Abb. 15), bei den Museen mit mehr als 500.000 Besuchen sind es 83,3 % (2008: 87,5 %).

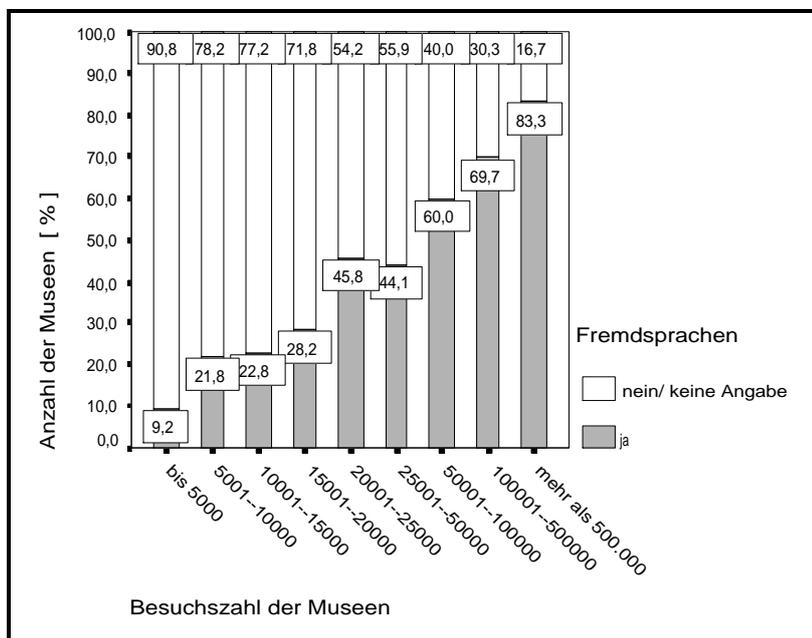
Differenziert nach Museumsart sind es, abgesehen von den Sammelmuseen mit 44,0 %, besonders die Kunstmuseen mit 38,1 % und die historisch/archäologischen Häuser mit 35,8 %, die ihre Homepage auch in einer weiteren Sprache anbieten.

Tabelle 43: Fremdsprachige Informationen auf der Homepage

Fremdsprachen	Anzahl der Museen		in % der Museen mit Internetauftritt *	
	2013	(2008)	2013	(2008)
ja, mit Fremdsprache	877	(771)	21,7	(19,6)
nein, ohne Fremdsprache	2.684	(2.664)	66,5	(67,6)
keine Angabe zu fremdsprachigen Informationen	477	(508)	11,8	(12,9)

*) in % der 4.038 Museen mit Internetauftritt (2008: 3.943 Museen)

Abbildung 15: Museen mit fremdsprachigen Informationen bei der Internetpräsentation nach Besuchszahlengröße



Neben Englisch und Französisch mit den häufigsten Nennungen (vgl. auch Tab. 44), lässt sich erkennen, dass Museen mit ihren fremdsprachigen Angeboten einen Service für die Besucher aus direkten Nachbarländern anbieten, wie Dänemark oder Tschechien. Aber sicherlich aufgrund der Anregungen aus ihrem Publikum haben sich vergleichsweise viele Einrichtungen entschieden, die Internetseite auch in niederländisch anzubieten und dies sind nicht nur Häuser, die in Grenznähe zu den Niederlanden liegen. So verteilen sich die Museen mit einem Angebot in niederländischer Sprache auf 13 Bundesländer.

In Gemeinden mit 500.000 und mehr Einwohnern informieren mindestens 47 % der Museen auf ihrer Homepage auch in Fremdsprachen (vgl. Abb. 16). Im Allgemeinen gilt: je höher die Einwohnerzahl einer Gemeinde ist, desto höher ist auch der Anteil der Museen mit fremdsprachigen Informationen.

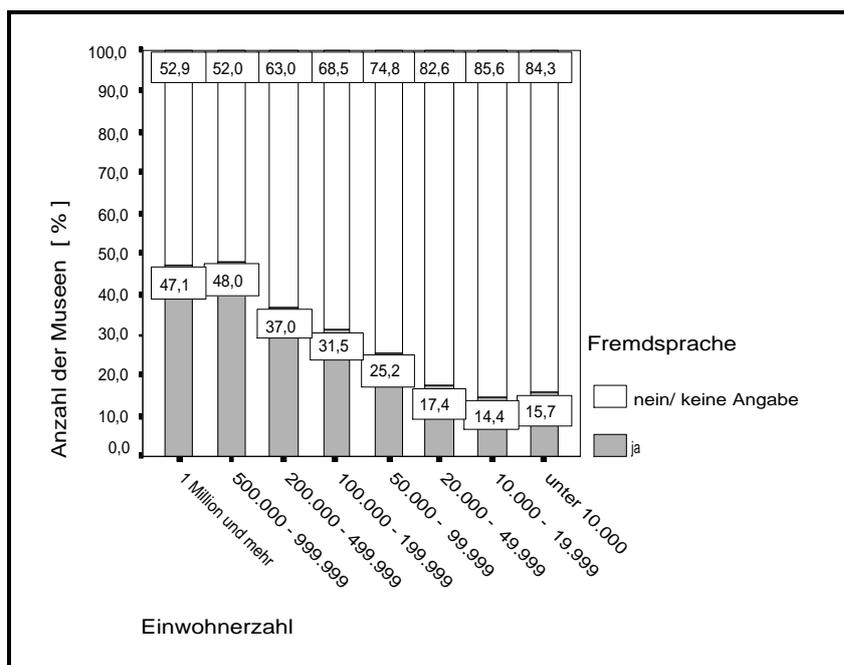
Tabelle 44: Übersicht der Fremdsprachen auf der Homepage

Fremdsprachen	Anzahl der Museen		in % *	
	2013	(2008)	2013	(2008)
chinesisch	17	(9)	1,9	(1,2)
dänisch	28	(20)	3,2	(2,6)
englisch	784	(689)	89,4	(89,4)
französisch	186	(171)	21,2	(22,2)
italienisch	50	(42)	5,7	(5,5)
japanisch	14	(16)	1,6	(2,1)
niederländisch	99	(78)	11,3	(10,1)
polnisch	59	(41)	6,7	(5,3)
russisch	42	(29)	4,8	(3,8)
schwedisch	11	(10)	1,3	(1,3)
spanisch	46	(35)	5,2	(4,5)
tschechisch	45	(27)	5,1	(3,5)
türkisch	10	(**)	1,1	(**)
andere	38	(20)	4,3	(2,6)
ohne Angabe, welche Fremdsprache	37	(30)	4,2	(3,9)

* in % der 877 Museen mit fremdsprachigen Informationen (2008: 771 Museen)

** für 2008 keine Angabe (Mehrfachnennungen waren möglich)

Abbildung 16: Museen mit fremdsprachigen Informationen bei der Internetpräsentation nach Einwohnerklassifikation



5.5 Bearbeitung und Finanzierung der Internetpräsentation

Für das Jahr 2013 und das Jahr 2008 gaben jeweils etwa ein Drittel der Häuser an, dass eigene Mitarbeiter die Seiten der Homepage erstellen. 26,8 % bedienen sich der Hilfe durch eine Firma. Bei etwa 11 % der Museen übernahm der Träger die Erstellung und in ähnlicher Größenordnung auch die Aktualisierung.

Tabelle 45: Erstellung und Aktualisierung der Internetseiten

Bearbeitung der Internetseiten	Museen mit Internetpräsentation					
	Erstellung			Aktualisierung		
	2013	(2008)	in%*	2013	(2008)	in%*
eigene Mitarbeiter	1.314	(1.243)	32,5 (31,5)	2.594	(2.186)	64,2 (55,4)
Firma	1.084	(940)	26,8 (23,8)	398	(474)	9,9 (12,0)
Hochschul-/Schulprojekt	33	(48)	0,8 (1,2)	10	(25)	0,2 (0,6)
Honorar-/freie Mitarbeiter	210	(240)	5,2 (6,1)	179	(228)	4,4 (5,8)
Freundeskreis/Förderverein	168	(215)	4,2 (5,5)	223	(274)	5,5 (7,0)
Museumsträger	431	(466)	10,7 (11,8)	506	(516)	12,5 (13,1)
Sonstige	170	(151)	4,2 (3,8)	216	(175)	5,3 (4,4)
keine	–	(–)	– (–)	77	(64)	1,9 (1,6)

Mehrfachnennungen waren möglich

*) in % der 4.038 Museen mit Internetauftritt (2008: 3.943)

Tabelle 46: Finanzierung der Internetseiten

Finanzierung der Internetseiten	Museen mit Internetpräsentation					
	Erstellung			Aktualisierung		
	2013	(2008)	in%*	2013	(2008)	in%*
Eigenfinanzierung	1.751	(1.764)	43,4 (44,7)	2.155	(2.134)	53,4 (54,1)
Sponsoren/Spenden	169	(146)	4,2 (3,7)	159	(146)	3,9 (3,7)
Sondermittel	43	(38)	1,1 (1,0)	14	(23)	0,3 (0,6)
Museumsträger	804	(698)	19,9 (17,7)	941	(779)	23,3 (19,8)
Gratis-Erstellung	197	(165)	4,9 (4,2)	249	(176)	6,2 (4,5)
Sonstige	119	(98)	2,9 (2,5)	123	(129)	3,0 (3,3)

Mehrfachnennungen waren möglich

*) in % der 4.038 Museen mit Internetpräsentation (2008: 3.943)

Wenn das Internet von den Museen insbesondere als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit genutzt wird, dann ist es erforderlich, dass – wie bereits mehrfach angeführt – eine kontinuierliche Aktualisierung gewährleistet ist.

Überwiegend wird die Aktualisierung der Internetseiten von den eigenen Mitarbeitern vorgenommen (64,2 %). Damit kann man davon ausgehen, dass viele Museen Mitarbeiter haben, die über das nötige technische Wissen verfügen bzw. in dieser Hinsicht geschult wurden.

Tabelle 47: Einsatz eines Content-Management Systems nach Museumsarten

	Anzahl Museen im Internet	mit Content- Management System in %		ohne Content- Management System in %		keine Angabe in %	
1	Volkskunde- und Heimatkundemuseen	1.734	282	16,3	984	56,7	468 27,0
2	Kunstmuseen	457	174	38,1	169	37,0	114 24,9
3	Schloß- und Burgmuseen	164	41	25,0	58	35,4	65 39,6
4	Naturkundliche Museen	186	57	30,6	93	50,0	36 19,4
5	Naturwissenschaftliche und technische Museen	505	137	27,1	248	49,1	120 23,8
6	Historische und archäologische Museen	330	118	35,8	143	43,3	69 20,9
7	Sammelmuseen mit komplexen Beständen	25	13	52,0	6	24,0	6 24,0
8	Kulturgeschichtliche Spezialmuseen	577	124	21,5	277	48,0	176 30,5
9	Mehrere Museen in einem Museumskomplex	60	18	30,0	25	41,7	17 28,3
	Gesamt	4.038	964	23,9	2.003	49,6	1.071 26,5

Tab. 47 zeigt, dass von 964 Museen ein Content Management System (CMS) zur Aktualisierung der Homepage verwendet wird (23,9 % der Museen mit Internetpräsentation). Diese Software bietet den Nutzern eine Oberfläche zur Verwaltung (der Inhalte) ihrer Homepage.

Abb. 17 verdeutlicht den hohen Anteil, mit dem die Museen ihre Webseiten selbst aktualisieren.

Etwa die Hälfte der Museen kommt mit eigenen Mitteln für die Homepage auf. Bei einem Fünftel der Einrichtungen wird die Erstellung der Internetseiten vom Museumsträger finanziert. Bei der Finanzierung der Aktualisierung steigt dieser Anteil auf etwa ein Viertel der Museen.

Abbildung 17: Eigene Aktualisierung der Webseite durch die Museen - nach Besuchszahlengröße

