

## 5 Internetauftritt der Museen

Für die jährlich wechselnden Sonderthemen der statistischen Erhebung an deutschen Museen wurde für das Erhebungsjahr 2008 ein Fragenkomplex zum Thema Präsenz der deutschen Museen im Internet entwickelt. Bereits für das Jahr 2001 wurden im Rahmen der jährlichen Gesamterhebung Aussagen zum Angebot von „Neuen Medien“ in den Museen und auch zu den Internetauftritten abgefragt. Wo es sinnvoll erschien, werden die aktuellen Angaben der Museen mit den Angaben aus dem Jahr 2001 verglichen.

Von 5.149 Museen, die den Fragebogen zurückgeschickt haben, machten 4.345 Einrichtungen Angaben zum Internetauftritt. Das entspricht einer Beteiligungsquote an diesem Fragenkomplex von 84,4 % der beteiligten Museen. Aussagen zum Themenkomplex „Neue Medien“ in Museen im Jahr 2001 beantworteten 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“ für die Museen zu den gängigen Angeboten gehören, und viele diese Medien aktiv nutzen.

### 5.1 Anzahl der Museen im Internet und Zugang zur Internetpräsentation

Von den 4.345 Einrichtungen, die uns auf unsere Fragen zum Thema Internetpräsentation geantwortet haben, konnten 3.943 Einrichtungen darauf verweisen, dass sie mit einer eigenen bzw. auf einer anderen Homepage im Internet vorgestellt werden. Das sind 90,8 % der Museen, die sich an dieser Abfrage beteiligten. 402 Einrichtungen gaben an, (noch) nicht im Internet vertreten zu sein. Der Anteil der deutschen Museen ohne Internetpräsenz lag im Jahr 2008 demnach bei unter 10 %. Sieben Jahre davor, im Jahr 2001, waren es 919 Museen, also über 20 % – gemessen an der Anzahl der für das Jahr 2001 beteiligten Häuser. Etwa 80 % 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 (66,4 %) und den Kulturgeschichtlichen Spezialmuseen (11,4 %) zu finden.

Nicht nur der Anteil an Museen, die im Internet recherchierbar sind, ist im Vergleich zu 2001 gestiegen, auch die Art des Angebotes sich verändert. So fällt auf, dass es viel mehr Einrichtungen gibt, die sich mit eigenen Seiten im Netz selbständig vertreten. Mehr als jedes zweite Museum (56,8 %) (vgl. Tabelle 30) stellt sich auf einer eigenen Homepage vor, ist also unter einer eigenen Adresse im Netz präsent. Im Jahr 2001 waren dagegen die meisten Museen (52,3 %) noch mit auf den Seiten anderer vertreten (vgl. Tabelle 29). Die höchsten Anteile an Museen mit eigener Homepage finden sich nach Museumsarten bei den Sammelmuseen (73,9 %), den Naturwissenschaftlich-technischen Museen (72,3 %) und den Kunstmuseen (72,2 %) (vgl. Tabelle 31).

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

Fast jedes dritte Museum (31,7 %), das eine eigene Homepage hat, wird auch auf einer anderen Homepage mitpräsentiert. Häufig sind dies Seiten von Städten, Kommunen und Landkreisen, die so über ihre kulturelle Infrastruktur Auskunft geben, oder die Verkehrsämter und Touristeninformationen.

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, wie z.B. dem Museumsverbund Südniedersachsen, der eine gemeinschaftliche Darstellung seiner Mitglieder unter [www.museumsverbund.de](http://www.museumsverbund.de) anbietet. Oder auch

**Tabelle 29: Museen im Internet – Vergleich der Jahre 2008 und 2001**

Internetauftritt	Anzahl der Museen		in % der Museen mit Internetauftritt *	
	2008	(2001)	2008	(2001)
eigene Homepage	2.238	(1.537)	56,8	(47,7)
mitpräsentiert ausschließlich auf anderer Homepage	1.560	(1.684)	39,5	(52,3)
keine Angabe, ob eigene oder andere Homepage	145	(**)	3,7	(**)

\*) in % der 3.943 Museen mit Internetauftritt (2001: 3.221 Museen)

\*\* ) in 2001 nicht ermittelt

**Tabelle 30: Museen mit Internetpräsentation im Jahr 2008**

Art der Internetpräsentation	Anzahl der Museen	in % * zu dieser Frage
eigene Homepage	2.238	56,8
mitpräsentiert auf anderer Homepage	2.271	57,6
Beteiligung an übergreifenden Internetseiten / Portalen	1.508	38,3
keine Angabe zur Art der Präsentation	145	3,7

\* in % der 3.943 Museen mit Internetauftritt (Mehrfachnennungen waren möglich)

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](http://www.bam-portal.de)). Ein weiteres Beispiel sind Fachgemeinschaften, die sich national präsentieren und kommunizieren, wie das [www.gedenkstaettenforum.de](http://www.gedenkstaettenforum.de). Ein bekanntes und aktuelles Beispiel für Internetseiten, die europäisch übergreifende Ziele verfolgen, ist sicherlich das mit Mitteln der EU-geförderte Portal [www.europeana.eu](http://www.europeana.eu), das einen virtuellen Zugang zu den digitalen Beständen verschiedenster – in diesem Fall europäischer – Einrichtungen erlauben soll. Auch [www.euromuse.net](http://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**

Museumsart	Anzahl Museen im Internet	Anzahl der Museen:							
		eigene Homepage in % *		mitpräsentiert auf anderer Homepage in % *		übergreifende Internetseiten / Portale in % *		ohne Angabe zur Art der Präsentation in % *	
1 Volkskunde- und Heimatkundemuseen	1.714	763	44,5	1.204	70,2	580	33,8	22	1,3
2 Kunstmuseen	424	306	72,2	179	42,2	183	43,2	19	4,5
3 Schloß- und Burgmuseen	175	98	56,0	69	39,4	68	38,9	37	21,2
4 Naturkundliche Museen	183	127	69,4	89	48,6	77	42,1	3	1,6
5 Naturwissenschaftliche und technische Museen	499	361	72,3	235	47,1	196	39,3	12	2,4
6 Historische und archäologische Museen	284	191	67,3	146	51,4	131	46,1	9	3,2
7 Sammelmuseen mit komplexen Beständen	23	17	73,9	6	26,1	14	60,9	1	4,3
8 Kulturgeschichtliche Spezialmuseen	579	337	58,2	316	54,3	236	40,8	30	5,2
9 Mehrere Museen in einem Museumskomplex	62	38	61,3	27	43,5	23	37,1	12	19,4
Gesamt	3.943	2.238	56,8	2.271	57,6	1.508	38,2	145	3,7

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

**Tabelle 32: Museen im Internet nach gruppierten Besuchszahlen**

Besuche	Anzahl Museen im Internet	Anzahl der Museen:							
		eigene Homepage in % *		mitpräsentiert auf anderer Homepage in % *		übergreifende Internetseiten / Portale in % *		ohne Angabe zur Art der Präsentation in % *	
bis 5.000	1.988	875	44,0	1.369	68,9	583	29,3	37	1,9
5.001 - 10.000	532	323	60,7	301	56,6	240	45,1	15	2,8
10.001 - 15.000	285	194	68,1	145	50,9	138	48,4	11	3,9
15.001 - 20.000	210	159	75,7	101	48,1	109	51,9	5	2,4
20.001 - 25.000	126	92	73,0	59	46,8	61	48,4	9	7,1
25.001 - 50.000	305	232	76,1	112	36,7	166	54,4	28	9,2
50.001 - 100.000	176	144	81,8	56	31,8	81	46,0	15	8,5
100.001 - 500.000	169	142	84,0	38	22,5	83	49,1	18	10,7
mehr als 500.000	16	15	93,8	4	25,0	11	68,8	1	6,3
keine Angaben zur Besuchszahl	136	62	45,6	86	63,2	36	26,5	6	4,4
Gesamt	3.943	2.238	56,8	2.271	57,6	1.508	38,2	145	3,7

\*) in % der Museen mit Internetpräsentation pro Besuchszahlengruppe  
(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 33). Nach Art der Präsentation bietet die Gruppe der Museen mit „eigener und anderer Homepage“ in der Regel die meisten Informationen (s. Tabelle 34). Weitere Hinweise, die für ein potentiell 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 kann 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 das Internet von Museen bislang in erster Linie zur Öffentlichkeitsarbeit genutzt wird.

**Tabelle 33: Inhalte und Informationen der Internetpräsentation**

Inhalt der Internetpräsentation	Anzahl der Museen	in % * zu dieser Frage
Museumsadresse	3.494	97,5
Anfahrtsweg	2.223	62,0
Informationen zur Zugänglichkeit	1.088	30,4
Öffnungszeiten	3.325	92,8
Eintrittspreise	2.386	66,6
Museumsbeschreibung	3.094	86,3
Informationen zur Dauerausstellung	2.244	62,6
Museumsgeschichte/-architektur	1.604	44,8
Orts-/Stadtgeschichte	715	20,0
Leitbild, Selbstdarstellung	1.087	30,3
Mitarbeiterübersicht	630	17,6
Museumsshop	773	21,6
Restaurant / Cafe	503	14,0
Informationen zu Vermittlungsangeboten	837	23,4
Veranstaltungskalender	1.890	52,7
Publikationsliste	865	24,1
Presseinformationen	905	25,3
sonstige	195	5,4

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

**Tabelle 34: Inhalte und Informationen mit Art der Internetpräsentation**

Inhalte	Anzahl der Museen:							
	eigene Homepage in % *		eigene und andere Homepage in % *		ausschließlich andere Homepage in % *		ohne Angabe welche Homepage in % *	
Museumsadresse	808	97,7	1.365	99,0	1.304	96,1	17	81,0
Anfahrtsweg	563	68,1	1.052	76,3	597	44,0	11	52,4
Informationen zur Zugänglichkeit	274	33,1	558	40,5	253	18,6	3	14,3
Öffnungszeiten	762	92,1	1.333	96,7	1.214	89,5	16	76,2
Eintrittspreise	564	68,2	1.088	78,9	724	53,4	10	47,6
Museumsbeschreibung	733	88,6	1.267	91,9	1.080	79,6	14	66,7
Informationen zur Dauerausstellung	541	65,4	1.006	73,0	686	50,6	11	52,4
Museumsgeschichte/-architektur	391	47,3	814	59,0	392	28,9	7	33,3
Orts-/Stadtgeschichte	140	16,9	286	20,7	287	21,1	2	9,5
Leitbild, Selbstdarstellung	275	33,3	601	43,6	206	15,2	5	23,8
Mitarbeiterübersicht	183	22,1	359	26,0	86	6,3	2	9,5
Museumsshop	227	27,4	457	33,1	87	6,4	2	9,5
Restaurant / Cafe	137	16,6	300	21,8	66	4,9	0	0,0
Informationen zu Vermittlungsangeboten	198	23,9	470	34,1	168	12,4	1	4,8
Veranstaltungskalender	464	56,1	961	69,7	458	33,8	7	33,3
Publikationsliste	230	27,8	493	35,8	138	10,2	4	19,0
Presseinformationen	256	31,0	513	37,2	132	9,7	4	19,0
sonstige	48	5,8	118	8,6	27	2,0	2	9,5

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

Darüber hinaus bieten sich Internetseiten von Museen auch zur Nachbereitung eines Besuchs oder zur Kommunikation mit dem Museum an. Viele Möglichkeiten, die das Internet bietet, nutzen viele Museen noch nicht. Dies bezieht sich nicht nur auf die technischen Möglichkeiten des Mediums. Ein Grund dafür, dass 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. Auch auf die zahlreichen Veranstaltungen, die in vielen Museen stattfinden, hinzuweisen könnte häufiger genutzt werden.

An der Abfrage, welche Informationen zur Sammlung und zu Objekten auf der Homepage angeboten werden, haben sich von 3.943 Museen mit Internetauftritt 2.964 Einrichtungen beteiligt. Etwa 40 % 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. Jedes vierte dieser Museen gab an, dass es keine weiteren Informationen zur Sammlung auf der Homepage anbieten würde.

Ähnliches gilt für die Angabe, ob Informationen zu Sonderausstellungen bereitgestellt werden. Die meisten Museen (71,9 %) haben angegeben, dass sie auf ihren Homepages Informationen

**Tabelle 35: Informationen zu Sammlung und Objekten**

Art der Informationen	Anzahl der Museen	in % * zu dieser Frage
Beschreibung der Sammlungsstruktur	1.166	39,3
wenige ausgewählte Objekte:		
– ausschließlich Texte	106	3,6
– ausschließlich Bilder	349	11,8
– Texte und Bilder	1.166	39,3
viele einzelne Objekte:		
– ausschließlich Texte	34	1,2
– ausschließlich Bilder	72	2,4
– Texte und Bilder	225	7,6
sonstige	109	3,7
keine besonderen Informationen	731	24,7

\*) in % der 2.964 Museen mit Angaben zu Sammlung und Objekten (Mehrfachnennungen waren möglich)

zu aktuellen Sonderausstellungen bereitstellen (vgl. Tabelle 36).

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. 30 % der Museen bieten Informationen zu vergangenen Sonderausstellungen.

**Tabelle 36: Informationen zu Sonderausstellungen im Internet**

Sonderausstellungen	Anzahl der Museen	in % * zu dieser Frage
aktuelle Sonderausstellungen	2.004	71,9
kommende Sonderausstellungen	1.185	42,5
vergangene Sonderausstellungen	841	30,2
virtuelle Ausstellungen	75	2,7
sonstige	50	1,8
keine Informationen	690	24,8

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

Lediglich 2,7 % der Museen haben angegeben, virtuelle Ausstellungen auf ihrer Homepage bereit zu halten (vgl. Tabelle 36) oder einen virtuellen Rundgang zu ermöglichen 14,2 % (vgl. Tabelle 37).

### 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 3.943 Museen mit einer Internetpräsentation haben nur 1.994 Angaben (50,6 %) 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. erst einmal die Existenz der 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. So bieten über 60 % der Museen, die Angaben gemacht haben, eine bzw. höchstens zwei der folgenden Funktionen oder Medien auf ihren Internetseiten an (vgl. Tabelle 37).

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, nicht einmal 30 %, 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 die direkte Ansprache und Einladung eines potentiellen Stammpublikums. Online-Foren und elektronische Gästebücher bieten den Besuchern eine direkte Rückmeldung an die Museen.

**Tabelle 37: Funktionen und Medien der Internetpräsentation**

Funktionen und Medien	Anzahl der Museen	in % * zu dieser Frage
Buchung von Führungen, Eintrittskarten	1.121	56,2
Recherche im Bibliotheksbestand	248	12,4
download – Bereich	333	16,7
3D–Darstellungen	49	2,5
Leuchtkasten, Merkliste	32	1,6
Stichwortsuche	285	14,3
online–shop	310	15,6
newsletter	373	18,7
rss	20	1,0
extra Druckversionen	214	10,7
e–cards	40	2,0
web–cam	47	2,4
virtueller Rundgang	283	14,2
Audio, Video	179	9,0
elektronisches Gästebuch	201	10,1
online–Forum	24	1,2
sitemap	162	8,1
skalierbare Schriftgrößen	109	5,5
web 2.0	13	0,7
links zu thematisch verwandten Seiten	579	29,0
sonstige	71	3,6

\* in % der 1.994 Museen mit Funktionen und Medien  
(Mehrfachnennungen waren möglich)



**Tabelle 38: Funktionen und Medien mit Art der Internetpräsentation**

Funktionen und Medien	Anzahl der Museen:							
	eigene Homepage in % *		eigene und andere Homepage in % *		ausschließlich andere Homepage in % *		ohne Angabe welche Homepage in % *	
Buchung von Führungen, Eintrittskarten	276	56,4	533	54,1	306	60,1	6	60,0
Recherche im Bibliotheksbestand	65	13,3	130	13,2	50	9,8	3	30,0
download – Bereich	78	16,0	216	21,9	39	7,7	0	0,0
3D-Darstellungen	11	2,2	30	3,0	8	1,6	0	0,0
Leuchtkasten, Merkliste	7	1,4	14	1,4	11	2,2	0	0,0
Stichwortsuche	54	11,0	170	17,2	61	12,0	0	0,0
online-shop	83	17,0	190	19,3	35	6,9	2	20,0
newsletter	100	20,4	228	23,1	43	8,4	2	20,0
rss	2	0,4	16	1,6	2	0,4	0	0,0
extra Druckversionen	51	10,4	115	11,7	48	9,4	0	0,0
e-cards	10	2,0	25	2,5	5	1,0	0	0,0
web-cam	10	2,0	30	3,0	6	1,2	1	10,0
virtueller Rundgang	72	14,7	164	16,6	46	9,0	1	10,0
Audio, Video	34	7,0	120	12,2	24	4,7	1	10,0
elektronisches Gästebuch	59	12,1	122	12,4	18	3,5	2	20,0
online-Forum	3	0,6	19	1,9	2	0,4	0	0,0
sitemap	36	7,4	109	11,1	16	3,1	1	10,0
skalierbare Schriftgrößen	28	5,7	54	5,5	27	5,3	0	0,0
web 2.0	1	0,2	10	1,0	2	0,4	0	0,0
links zu thematisch verwandten Seiten	145	29,7	360	36,5	73	14,3	1	10,0
sonstige	17	3,5	39	4,0	14	2,8	1	10,0

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

## 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 fast 80 % der Museen, die eine Homepage haben, Angaben dazu gemacht haben, ob und für welche Zielgruppen sie spezielle Angebote online bereithalten.

**Tabelle 39: Zielgruppen für spezielle Angebote auf der Homepage**

Zielgruppen	Anzahl der Museen	in % * zu dieser Frage
Kinder, Jugendliche, Schüler	1.197	38,5
Lehrer, Multiplikatoren	901	29,0
Familien	915	29,4
Behinderte	227	7,3
Senioren	395	12,7
lokale Bevölkerung	866	27,9
ausländische Mitbürger	160	5,2
Touristen	1.102	35,5
Forschung, Wissenschaftler	314	10,1
Museumsmitarbeiter, Fachpublikum	200	6,4
Presse	500	16,1
sonstige	60	1,9
keine besonderen Zielgruppen	1.315	42,3

\* in % der 3.109 Museen mit Angaben zu den Zielgruppen  
(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 das Freizeit- und Informationsverhalten von Kindern und Jugendlichen auf und erfüllen auch außerhalb ihres Hauses einen Bildungsauftrag. Gleiches gilt für die Ausrichtung von Optionen für Lehrer, Multiplikatoren und Familien<sup>2</sup>. Nach Museumsarten haben neben den Sammelmuseen (81,0 %) und Museumskomplexen (67,4 %) die Schloß- und Burgmuseen (56,1 %) und die Naturkundlichen Museen (50,3 %) hohe prozentuale Anteile an Kindern und Jugendlichen als Zielgruppe (vgl. Tab. 40).

<sup>2</sup> 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 40: 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	431 32,5	156 43,9	69 56,1	75 50,3	156 38,2	110 47,0	17 81,0	152 34,1	31 67,4	1.197 38,5
Lehrer, Multiplikatoren	304 22,9	124 34,9	33 26,8	57 38,3	111 27,2	116 49,6	13 61,9	121 27,1	22 47,8	901 29,0
Familien	360 27,1	104 29,3	47 38,2	51 34,2	134 32,8	68 29,1	13 61,9	116 26,0	22 47,8	915 29,4
Behinderte	68 5,1	34 9,6	16 13,0	12 8,1	39 9,6	18 7,7	4 19,0	31 7,0	5 10,9	227 7,3
Senioren	161 12,1	53 14,9	13 10,6	15 10,1	58 14,2	24 10,3	5 23,8	59 13,2	7 15,2	395 12,7
lokale Bevölkerung	410 30,9	86 24,2	32 26,0	37 24,8	110 27,0	54 23,1	11 52,4	110 24,7	16 34,8	866 27,9
ausländische Mitbürger	48 3,6	19 5,4	7 5,7	8 5,4	16 3,9	24 10,3	1 4,8	32 7,2	5 10,9	160 5,1
Touristen	456 34,4	98 27,6	59 48,0	47 31,5	161 39,5	89 38,0	10 47,6	165 37,0	17 37,0	1.102 35,4
Forschung, Wissenschaftler	69 5,2	37 10,4	9 7,3	28 18,8	40 9,8	51 21,8	6 28,6	67 15,0	7 15,2	314 10,1
Museumsmitarb., Fachpublikum	53 4,0	29 8,2	6 4,9	11 7,4	32 7,8	27 11,5	5 23,8	36 8,1	1 2,2	200 6,4
Presse	138 10,4	110 31,0	26 21,1	19 12,8	60 14,7	52 22,2	9 42,9	73 16,4	13 28,3	500 16,1
sonstige	24 1,8	6 1,7	1 0,8	3 2,0	10 2,5	4 1,7	1 4,8	8 1,8	3 6,5	60 1,9
keine besonderen Zielgruppen	621 46,8	141 39,7	37 30,1	58 38,9	172 42,2	76 32,5	3 14,3	197 44,2	10 21,7	1.315 42,3

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

Besonders 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 nicht einmal 20 % der Museen macht ein fremdsprachiges Angebot auf ihren Internetseiten. Der Vergleich mit den Angaben für das Jahr 2001 zeigt allerdings, 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 auf ihren Internetseiten auch nicht deutschsprachiges Publikum (vgl. Abb. 15), bei den Museen mit mehr als 500.000 Besuchen sind es sogar 87,5 %.

Differenziert nach Museumsart sind es, abgesehen von den Sammelmuseen (43,5 %), insbesondere die Schloss- und Burgmuseen, die historisch/archäologischen Häuser und die Kunstmuseen, die ihre Homepage auch in einer weiteren Sprache anbieten, und zwar ca. jedes dritte Haus dieser Museumsarten.

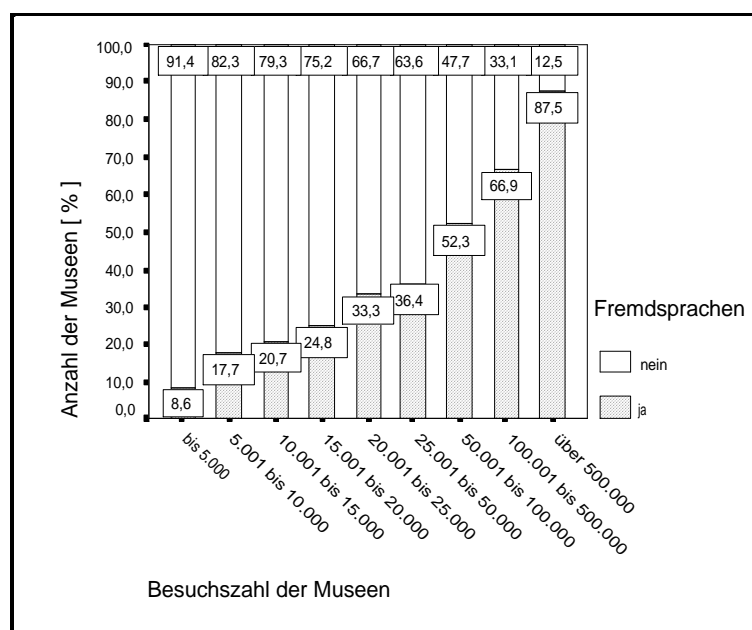
**Tabelle 41: Fremdsprachige Informationen – Vergleich der Jahre 2008 und 2001**

Fremdsprachen	Anzahl der Museen		in % der Museen mit Internetauftritt *	
	2008	(2001)	2008	(2001)
ja, mit Fremdsprache	771	(502)	19,6	(15,6)
nein, ohne Fremdsprache	2.664	(**)	67,6	(**)
keine Angabe zu fremdsprachigen Informationen	508	(**)	12,9	(**)

\*) in % der 3.943 Museen mit Internetauftritt (2001: 3.221 Museen)

\*\*\*) in 2001 nicht ermittelt

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



Dass dabei Englisch und Französisch am häufigsten genannt wird, liegt nahe. Auch 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 von Erfahrungen mit 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. Die Museen, die Niederländisch auf ihrer Homepage anbieten, verteilen sich auf 11 Bundesländer.

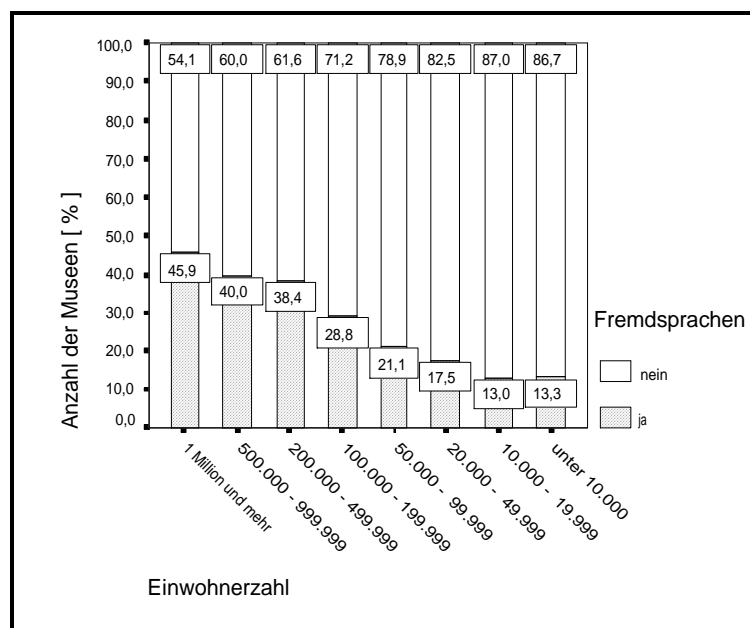
In Gemeinden mit 500.000 und mehr Einwohnern informieren mindestens 40 % der Museen auf ihrer Homepage auch in Fremdsprachen (vgl. Abb. 16). Je höher die Einwohnerzahl einer Gemeinde ist, desto höher ist auch der Anteil der Museen mit fremdsprachigen Informationen.

**Tabelle 42: Fremdsprachige Informationen auf der Homepage**

Fremdsprachen	Anzahl der Museen	in % * zu dieser Frage
chinesisch	9	1,2
dänisch	20	2,6
englisch	689	89,4
französisch	171	22,2
holländisch	78	10,1
italienisch	42	5,5
japanisch	16	2,1
polnisch	41	5,3
russisch	29	3,8
schwedisch	10	1,3
spanisch	35	4,5
tschechisch	27	3,5
andere	20	2,6
ohne Angabe, welche Fremdsprache	30	3,9

\* in % der 771 Museen mit fremdsprachigen Informationen  
(Mehrfachnennungen waren möglich)

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



## 5.5 Bearbeitung und Finanzierung der Internetpräsentation

Für das Jahr 2001 gaben über 45 % der Museen an, dass Mitarbeiter im eigenen Haus die Homepage erstellen. 2008 war es etwa ein Drittel der Häuser in denen eigene Mitarbeiter die Seiten erstellen, in 11 % der Träger, oder freie Mitarbeiter oder Freundeskreise bzw. Fördervereine<sup>3</sup>.

In 2001 gab jedes dritte Museum die Entwicklung der Homepage an eine externe Firma, in 2008 war es fast jedes vierte Haus. Es zeigt sich, dass sich das Spektrum der Erstellenden erweitert hat.

**Tabelle 43: Erstellung und Aktualisierung der Internetseiten**

Bearbeitung der Internetseiten	Museen mit Internetpräsentation					
	Erstellung			Aktualisierung		
	2008	(2001)	in%*	2008	(2001)	in%*
eigene Mitarbeiter	1.243	(1.459)	31,5 (45,3)	2.186	(1.766)	55,4 (54,8)
Firma	940	(1.051)	23,8 (32,6)	474	(730)	12,0 (22,7)
Hochschul-/Schulprojekt	48	(82)	1,2 (2,6)	25	(92)	0,6 (2,9)
Honorar-/freie Mitarbeiter	240	(**)	6,1 (**)	228	(**)	5,8 (**)
Freundeskreis/Förderverein	215	(**)	5,5 (**)	274	(**)	7,0 (**)
Museumsträger	466	(**)	11,8 (**)	516	(**)	13,1 (**)
Sonstige	151	(284)	3,8 (8,8)	175	(245)	4,4 (7,6)
keine	–	(–)	– (–)	64	(**)	1,6 (**)

Mehrfachnennungen waren möglich

\*) in % der 3.943 Museen mit Internetauftritt (2001: 3.221)

\*\*\*) 2001 nicht erfragt

**Tabelle 44: Finanzierung der Internetseiten**

Finanzierung der Internetseiten	Museen mit Internetpräsentation					
	Erstellung			Aktualisierung		
	2008	(2001)	in%*	2008	(2001)	in%*
Eigenfinanzierung	1.764	(1.840)	44,7 (57,1)	2.134	(**)	54,1 (**)
Sponsoren/Spenden	146	(179)	3,7 (5,6)	146	(**)	3,7 (**)
Sondermittel	38	(60)	1,0 (1,9)	23	(**)	0,6 (**)
Museumsträger	698	(**)	17,7 (**)	779	(**)	19,8 (**)
Gratis-Erstellung	165	(417)	4,2 (13,0)	176	(**)	4,5 (**)
Sonstige	98	(152)	2,5 (4,7)	129	(**)	3,3 (**)

Mehrfachnennungen waren möglich

\*) in % der 3.943 Museen mit Internetpräsentation (2001: 3.221)

\*\*\*) 2001 nicht erfragt

<sup>3</sup> Aufgrund der Angabe von 2001 war das Kategorienspektrum der Abfrage ausgeweitet worden, so dass nicht alle Angaben zwischen den beiden Jahren aussagekräftig verglichen werden können.

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. Mehr als jedes zweite Museum gab für das Jahr 2008 an, dass die Aktualisierung von den eigenen Mitarbeitern übernommen wird. Damit kann man davon ausgehen, dass viele Museen Mitarbeiter haben, die über das nötige technische Wissen verfügen bzw. in dieser Hinsicht geschult wurden. Ein CMS zur Aktualisierung wird von 518 Museen verwendet (13,1 % der Museen mit Internetpräsentation).

Etwa die Hälfte der Museen kommt mit eigenen Mitteln für die Homepage auf. Im Vergleich zu 2001 konnten in 2008 weitaus weniger Häuser darauf verweisen, dass ihnen die Erstellung gratis zur Verfügung gestellt wurde.