

## 5 Internetauftritt der Museen

Zu den jährlich wechselnden Sonderthemen der statistischen Erhebung an deutschen Museen wurde für das Erhebungsjahr 2018 zum Thema des Internetauftritts der deutschen Museen befragt. Bereits für die Jahre 2013, 2008 und 2001 waren im Rahmen der jährlichen Gesamterhebung dazu Daten erhoben worden, in der Folge werden die erhobenen Zahlen mit den Ergebnissen von 2013 verglichen.

Von 5.334 Museen (2013: 5.140), die auf den Fragebogen geantwortet haben, machten 4.609 (2013: 4.303) Einrichtungen Angaben zum Fragenkomplex. Das entspricht einer Beteiligungsquote der antwortenden Museen zum Bereich der Online-Präsentation von 86,4 % (2013: 83,7 %). Die Beteiligung für dieses Sonderthema war hoch.

### 5.1 Anzahl der Museen im Internet und Zugang zur Online-Präsentation

Von den 4.609 Einrichtungen (2013: 4.303), die uns auf unsere Fragen zum Thema Internetpräsentation geantwortet haben, konnten 4.353 Einrichtungen (2013: 4.038) darauf verweisen, dass sie mit einer eigenen bzw. auf einer anderen Homepage im Internet vorgestellt werden. Das sind 94,5 % der Museen, die sich an dieser Abfrage beteiligten. 256 Einrichtungen gaben an, nicht im Internet vertreten zu sein. Der Anteil der deutschen Museen ohne Internetpräsenz liegt aktuell bei 5,6 % (2013: 6,2 %).

Der Anteil an Museen, die sich mit einer eigenen WWW-Adresse präsentieren, näherte sich im Jahr 2018 der 70 %-Marke (vgl. Tabelle 32). Der Anteil an Museen, die ausschließlich auf der Homepage anderer, z.B. der des Trägers oder eines Tourismusverbandes, vertreten war, lag 2018 bei 30,1 % (vgl. Tabelle 31). Im Jahr 2013 waren es 33,6 % und im Jahr 2008 fast 40 %.

Von den 2.975 Einrichtungen mit eigener Homepage werden diese in 1.866 Fällen (62,7 %) auch auf anderen Webseiten mitpräsentiert. Häufig sind dies – neben Portalen – Seiten von Städten, Kommunen und Landkreisen, die so über ihre kulturelle Infrastruktur Auskunft geben, oder die Verkehrsämter und Touristeninformationen.

Die höchsten Anteile an Museen mit eigener Homepage finden sich nach Museumsarten mit 82,3 % weiterhin bei den naturwissenschaftlich-technischen Museen (2013: 75,6 %). Weitere hohe Werte zeigen besonders die Kunstmuseen (79,6 %), die Naturkundlichen Museen (77,5 %) und die Historisch-archäologischen Museen (77,0 %)(vgl. Tabelle 33).

Tabelle 34 zeigt, dass Museen mit höherer Besuchszahl eher eine eigene Homepage haben.

**Tabelle 31: Museen mit Onlinepräsentation im Jahr 2018 – im Vergleich mit den Jahren 2013 und 2008**

Internetauftritt	Anzahl der Museen			in % der Museen mit Internetauftritt *		
	2018	(2013)	(2008)	2018	(2013)	(2008)
eigene Homepage	2.975	(2.527)	(2.238)	68,3	(62,6)	(56,8)
präsentiert ausschließlich auf anderer Homepage	1.309	(1.359)	(1.560)	30,1	(33,6)	(39,5)
keine Angabe, ob eigene oder andere Homepage	69	(152)	(145)	1,6	(3,8)	(3,7)

\*) in % der 4.353 Museen mit Internetauftritt (2013: 4.038, 2008: 3.943 Museen)

**Tabelle 32: Museen mit Internetpräsentation**

Internetauftritt	Anzahl der Museen			in % *		
	2018	(2013)	(2008)	2018	(2013)	(2008)
eigene Homepage	2.975	(2.527)	(2.238)	68,3	(62,6)	(56,8)
mitpräsentiert auf anderer Homepage	2.355	(2.256)	(2.271)	54,1	(55,9)	(57,6)
Beteiligung an übergreifenden Internetseiten / Portalen	1.821	(1.620)	(1.508)	41,8	(40,1)	(38,3)
keine Angabe zur Art der Präsentation	69	(152)	(145)	1,6	(3,8)	(3,7)

\*) in % der 4.353 Museen mit Internetauftritt (2013: 4.038, 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. Von den 4.353 Einrichtungen mit Internetauftritt sind 41,8 % bereits an einer gemeinschaftlichen Internetdarstellung bzw. an Portalen beteiligt. In 2013 war es mehr als jedes dritte Museum. Das Spektrum dieser gemeinschaftlichen Internetpräsenzen ist groß. Es kann sich hierbei um regionalbezogene Zusammenschlüsse handeln, wie z.B. dem Landschaftsverband Südniedersachsen e.V. - Kultur und Region, der eine gemeinschaftliche Darstellung seiner Mitglieder unter [www.landschaftsverband.de](http://www.landschaftsverband.de) anbietet, dabei auch für Museumsberatung und -entwicklung. Ein weiteres Beispiel sind Fachgemeinschaften, die sich national präsentieren und kommunizieren, wie das [www.gedenkstaettenforum.de](http://www.gedenkstaettenforum.de). Oder auch um ein nationales Portal, das Informationen zu Beständen aus Bibliotheken, Museen und Archiven zusammen bringt, wie z.B. die Deutsche Digitale Bibliothek ([www.deutsche-digitale-bibliothek.de](http://www.deutsche-digitale-bibliothek.de)). Hier sind bereits 24 Millionen Objekte aus digitalisierten Sammlungen und Beständen aus Bibliotheken, Museen, Archiven und Mediatheken kostenfrei im Netz zugänglich. Ein bekanntes 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.

**Tabelle 33: Museen im Internet nach Museumsarten (in Klammern mit den Angaben für das Jahr 2013)**

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 % *		in % *
Volks- und Heimatkunde	1.822 (1.734)	1.062 (888)	58,3 (51,2)	1.112 (1.135)	61,0 (65,5)	670 (588)	36,8 (33,9)	15 (26)	0,8 (1,5)		
Kunstmuseen	508 (457)	389 (323)	79,6 (70,7)	238 (218)	46,9 (47,7)	230 (226)	45,3 (49,5)	22 (40)	4,3 (8,8)		
Schloß- und Burgmuseen	185 (164)	137 (105)	74,1 (64,0)	95 (62)	51,4 (37,8)	93 (65)	50,3 (39,6)	5 (30)	2,7 (18,3)		
Naturkundl. Museen	191 (186)	148 (130)	77,5 (69,9)	98 (96)	51,3 (51,6)	80 (81)	41,9 (43,5)	0 (0)	0,0 (0,0)		
Naturwiss./ technische Museen	543 (505)	447 (382)	82,3 (75,6)	238 (247)	43,8 (48,9)	223 (217)	41,1 (43,0)	3 (14)	0,6 (2,8)		
Historisch-archäol. Museen	357 (330)	275 (243)	77,0 (73,6)	170 (154)	47,6 (46,7)	176 (155)	49,3 (47,0)	3 (11)	0,8 (3,3)		
Sammelmuseen	24 (25)	18 (18)	75,0 (72,0)	6 (9)	25,0 (36,0)	19 (14)	79,2 (56,0)	3 (2)	12,5 (8,0)		
Kulturgesch. Spezialmuseen	659 (577)	456 (398)	69,2 (69,0)	362 (302)	54,9 (52,3)	294 (242)	44,6 (41,9)	15 (26)	2,3 (4,5)		
Mehrere Museen in Museumskomplex	64 (60)	43 (40)	67,2 (66,7)	36 (33)	56,3 (55,0)	36 (32)	56,3 (53,3)	3 (3)	4,7 (5,0)		
<b>Gesamt</b>	<b>4.353 (4.038)</b>	<b>2.975 (2.527)</b>	<b>68,3 (62,6)</b>	<b>2.355 (2.256)</b>	<b>54,1 (55,9)</b>	<b>1.821 (1.620)</b>	<b>41,8 (40,1)</b>	<b>69 (152)</b>	<b>1,6 (3,8)</b>		

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

**Tabelle 34: Museen im Internet nach gruppierten Besuchszahlen (in Klammern mit den Angaben für das Jahr 2013)**

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 % *		in % *
bis 5.000	2.272 (2.104)	1.352 (1.091)	59,5 (51,9)	1.375 (1.351)	60,5 (64,2)	767 (636)	33,8 (30,2)	28 (44)	1,2 (2,1)		
5.001 – 10.000	527 (500)	383 (338)	72,7 (67,6)	275 (277)	52,2 (55,4)	255 (254)	48,4 (50,8)	8 (10)	1,5 (2,0)		
10.001 – 15.000	286 (294)	231 (223)	80,8 (75,9)	141 (151)	49,3 (51,4)	160 (139)	55,9 (47,3)	4 (13)	1,4 (4,4)		
15.001 – 20.000	216 (181)	166 (123)	76,9 (68,0)	106 (93)	49,1 (51,4)	107 (94)	49,5 (51,9)	5 (9)	2,3 (5,0)		
20.001 – 25.000	120 (131)	96 (106)	80,0 (80,9)	56 (51)	46,7 (38,9)	65 (73)	54,2 (55,7)	2 (10)	1,7 (7,6)		
25.001 – 50.000	320 (304)	286 (249)	89,4 (81,9)	124 (141)	38,8 (46,4)	184 (172)	57,5 (56,6)	4 (15)	1,3 (4,9)		
50.001 – 100.000	196 (180)	174 (161)	88,8 (89,4)	74 (66)	37,8 (36,7)	117 (104)	59,7 (57,8)	3 (9)	1,5 (5,0)		
100.001 – 500.000	202 (175)	179 (140)	88,6 (80,0)	74 (41)	36,6 (23,4)	113 (98)	55,9 (56,0)	9 (27)	4,5 (15,4)		
mehr als – 500.000	20 (18)	19 (15)	95,5 (83,3)	5 (5)	25,0 (27,8)	11 (11)	55,0 (61,1)	1 (2)	5,0 (11,1)		
ohne Besuchszahl	194 (151)	89 (81)	45,9 (53,6)	125 (80)	64,4 (53,0)	42 (39)	21,6 (25,8)	5 (13)	2,6 (8,6)		
<b>Gesamt</b>	<b>4.353 (4.038)</b>	<b>2.975 (2.527)</b>	<b>68,3 (62,6)</b>	<b>2.355 (2.256)</b>	<b>54,1 (55,9)</b>	<b>1.821 (1.620)</b>	<b>41,8 (40,1)</b>	<b>69 (152)</b>	<b>1,6 (3,8)</b>		

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

Über die Hälfte der Museen mit Internetauftritt (54,1 %) werden auch auf einer anderen oder einer weiteren Homepage vorgestellt. Tab. 35 zeigt, dass diese Museen dann (zusätzlich) überwiegend auf der Seite der Stadt oder der Gemeinde präsentiert werden. Der Anteil der Museen, die so ein Teil des Stadt- oder Gemeindeportraits werden, ist im Vergleich mit dem Erhebungsjahre 2013 mit etwa drei Viertel der Museen konstant hoch geblieben.

**Tabelle 35: Präsentation auf anderer Homepage**

Andere Homepage	Anzahl der Museen		in % * zu dieser Frage	
	2018	(2013)	2018	(2013)
Verkehrsamt/ Touristeninfo	733	(661)	31,1	(29,3)
Stadt, Gemeinde, Landkreis	1.750	(1.716)	74,3	(76,1)
Freundeskreis/ Förderverein	301	(238)	12,8	(10,5)
sonstige	350	(128)	14,9	(5,7)
keine Angabe welche andere	70	(71)	3,0	(3,1)

\*) in % der 2.355 Museen mit Präsentation auf anderer Homepage (2013: 2.256 Museen) (Mehrfachnennungen waren möglich)

Weiterhin finden sich 1.821 Museen bei übergreifenden Seiten/ Internetportalen. Das sind 41,8 % aller im Internet vertretenen Museen. Die häufigste Beteiligung gab es an touristischen Portalen (52,1 %), an regionalen Portalen (48,6 %) und an Fachportalen bzw. thematischen Portalen (43,3 %). Die Beteiligung an den verschiedenen Portalen, gemessen an der prozentualen Beteiligung, hat sich seit 2013 kaum verändert. Es gab lediglich einige Museen mehr, die sich an den regionalen Portalen beteiligt hatten (48,6 % in 2018; 44,0 % in 2013) und einige Museen weniger, die sich für eine Online-Präsenz auf Fachportalen entschieden hatten (43,3 % in 2018; 46,7 % in 2013)(vgl. Tab. 36).

**Tabelle 36: Präsentation auf übergreifenden Seiten/ Internetportalen**

Internet- portale	Anzahl der Museen		in % * zu dieser Frage	
	2018	(2013)	2018	(2013)
Fachportale/ thematische Portale	788	(757)	43,3	(46,7)
Objekt- Nachweisportale	188	(170)	10,3	(10,5)
touristische Portale	949	(826)	52,1	(51,0)
regionale Portale	884	(713)	48,6	(44,0)
Bibliotheksverbund	128	(107)	7,0	(6,6)
sonstige	129	(72)	7,1	(4,5)
keine Angabe welches Portal	80	(58)	4,4	(3,6)

\*) in % der 1.821 Museen mit übergreifenden Internetseiten/ Portalen (2013: 1.620 Museen) (Mehrfachnennungen waren möglich)

## 5.2 Inhalte der Online-Präsentation

Im Jahr 2017 ließ die Europäische Kommission die Bevölkerung in 28 Mitgliedstaaten nach ihrer Einstellung zum kulturellen Erbe befragen <sup>4</sup>. Im Erhebungskatalog gab es hier auch die Frage, ob man in den letzten zwölf Monaten zu einem bestimmten Zweck, die Internetseite einer kulturellen Einrichtung aufgerufen habe. Von den Teilnehmer\*innen aus Deutschland hatten dies annähernd die Hälfte getan. Die meisten Befragten hatten die Seiten aufgerufen, um sich allgemeine Informationen in Vorbereitung auf den Besuch zu beschaffen (31 %).

Allgemeine Grundinformation – so zeigen es die Angaben der Museen aus dem Jahr 2018 – bieten tatsächlich fast alle Museen an (s. Tabelle 37). So führen 97 % der Museen die Adresse ihres Standorts auf, geben 95 % die Öffnungszeiten bekannt und liefern fast 87 % der Internetseiten eine Beschreibung des Museums.

**Tabelle 37: Inhalte und Informationen der Online-Präsentation**

Inhalt der Online-Präsentation	Anzahl der Museen		in % *	
	2018	(2013)	2018	(2013)
Museumsadresse	4.067	(3.674)	97,0	(97,8)
Anfahrtsweg	2.764	(2.607)	66,0	(69,4)
Informationen zur Zugänglichkeit	1.685	(1.574)	40,2	(41,9)
Öffnungszeiten	3.983	(3.522)	95,0	(93,8)
Eintrittspreise	3.072	(2.633)	73,3	(70,1)
Museumsbeschreibung	3.642	(3.318)	86,9	(88,3)
Informationen zur Dauerausstellung	2.781	(2.457)	66,4	(65,4)
Museumsgeschichte/-architektur	2.209	(1.820)	52,7	(48,5)
Orts-/Stadtgeschichte	840	(751)	20,0	(20,0)
Leitbild, Selbstdarstellung	1.297	(1.159)	30,9	(30,9)
Mitarbeiterübersicht	958	(766)	22,9	(20,4)
Museumsshop	940	(855)	22,4	(22,8)
Restaurant/ Café	690	(604)	16,5	(16,1)
Informationen zu Vermittlungsangeboten	1.431	(1.101)	34,1	(29,3)
Veranstaltungskalender	2.343	(2.050)	55,9	(54,6)
Publikationsliste	991	(917)	23,6	(24,4)
Online-Publikationen	296	(**)	7,1	(**)
Presseinformationen	1.093	(1.089)	26,7	(29,0)
Sonstige	205	(197)	4,9	(5,2)

\* in % der 4.191 Museen mit Angaben zu den Inhalten der Online-Präsentation (2013: 3.756 Museen) (Mehrfachnennungen waren möglich)

\*\* in 2013 nicht erfragt

Neben den grundlegenden Informationen, die man für eine Besuchsentscheidung und die Vorbereitung darauf braucht, gibt es bei der Hälfte der Museen (52,7 %) vertiefende Informa-

<sup>4</sup> siehe hierzu: Special Eurobarometer 466 - October 2017 „Cultural Heritage“. Report. European Union 2017.

tionen zur Museumsgeschichte oder zur Architektur und ebenfalls bei über der Hälfte einen Veranstaltungskalender (55,9 %). Die Angaben aus den Jahren 2018 und 2013 welche Inhalte und zu welchen Themen und Bereichen von wie vielen Museen als Online-Informationen eingestellt werden, unterscheiden sich kaum. Im Vergleich zu allen Angaben zeigt sich aber bei den Angaben „Informationen zu Vermittlungsangeboten“ ein kleiner Anstieg. In 2013 gaben 29,3 % an, über ihr Vermittlungsprogramm online zu berichten, waren es in 2018 mehr als jede dritte Museum (34,1 %).

Die meisten Museen gehen bei der Online-Präsentation ihres Hauses im Internet nicht näher auf Ihre Sammlungen ein. 2018 gaben sogar mehr antwortende Museen als fünf Jahre vorher an, dass sie keine Informationen zu ihren Objekten online gestellt hätten (42,3 %). 2013 machten diese Angabe nur knapp 35 % der antwortenden Museen. Dennoch sind es in 2018 ein paar Museen mehr als in 2013, die ausgewählte Objekte im Netz vorstellen (28,8 % in 2018; 26,0 % in 2013). Über ihre Sammlungsstruktur gaben 2018 40,2 % online Auskunft, also weniger als in 2013 (43,5 %). Möglich sind z.B. die wachsende Sorge, ob Bildrechte eingehalten werden, zu wenige Mitarbeiter\*innen, die für die Ausarbeitungen zur Verfügung stehen könnten und ähnliche Gründe.

**Tabelle 38: Informationen zu Sammlung und Objekten**

Art der Information	Anzahl der Museen		in % *	
	2018	(2013)	2018	(2013)
Beschreibung der Sammlungsstruktur	1.408	(1.375)	40,2	(43,5)
online-Datenbank	269	(174)	7,7	(5,5)
ausgewählte Objekte	1.009	(823)	28,8	(26,0)
3-D-Darstellung der Objekte	45	(**)	1,3	(**)
sonstige	103	(98)	2,9	(3,1)
keine Objekt-informationen online	1.481	(1.104)	42,3	(34,9)

\*) in % der 3.502 Museen mit Angaben zu Sammlung und Objekten (2013: 3.161 Museen)

\*\*\*) für 2013 nicht erfasst (Mehrfachnennungen waren möglich)

Die meisten Museen nutzen das Internet, um über ihre Sonderausstellungen zu informieren. Für das Jahr 2018 machten fast 72 % der antwortenden Museen diese Angabe (vgl. Tabelle 39). Das waren etwas weniger als 2013 (74,1 %). Auch kommende Ausstellungen werden über die Homepage angekündigt. In 2018 nutzten 41,0 % der Museen diese Option. Das waren wiederum etwas mehr als in 2013 (38,5 %).

Der Anteil von Museen, die angaben, virtuelle Ausstellungen auf ihren Seiten anzubieten, war für 2018 mit 2,7 % nach wie vor sehr niedrig. Allerdings hat sich die Anzahl der Museen, die ein solches Angebot machten, seit 2013 verdoppelt. <sup>5</sup>

<sup>5</sup> Museen, die interessiert sind, eine Online-Ausstellung zu kuratieren, sollten sich das Angebot der Deutschen Digitalen Bibliothek dazu näher anschauen. Hier wurde eine Art „Baukasten“ für virtuelle Ausstellungen entwickelt.

**Tabelle 39: Informationen zu Sonderausstellungen im Internet**

Sonderausstellungen	Anzahl der Museen		in % *	
	2018	(2013)	2018	(2013)
aktuelle Sonderausstellungen	2.575	(2.260)	71,7	(74,1)
kommende Sonderausstellungen	1.474	(1.176)	41,0	(38,5)
vergangene Sonderausstellungen	1.178	(1.101)	32,8	(36,1)
virtuelle Ausstellungen	98	(41)	2,7	(1,3)
sonstige	29	(20)	0,8	(0,7)
keine Informationen zu Sonderausstellungen online	915	(693)	25,5	(22,7)

\* in % der 3.592 Museen mit Angaben zu dieser Frage (2013: 3.051)  
(Mehrfachnennungen waren möglich)

### 5.3 Funktionen und Medien der Online-Präsentation

Da die meisten Museen die Homepage in erster Linie zur Öffentlichkeitsarbeit nutzen, bleiben viele Funktionen und technische Möglichkeiten des Internets ungenutzt. Von den 4.353 Museen mit einer Internetpräsentation haben 2.083 Angaben (47,9 %) dazu gemacht, ob und welche Funktionen sie den Nutzern bereitstellen (vgl. Tabelle 40).

Von den vorgeschlagenen technischen Möglichkeiten und Funktionen bot ungefähr jedes dritte Museum eine Stichwortsuche (34,6 %) an, die Möglichkeit, einen Download zu machen (33,7 %), informierte Interessierte über einen Newsletter (33,3 %), zeigte über ein Responsive Webdesign (33,2 %) technische Barrierefreiheit oder wies über Verlinkungen auf ähnliche Themen hin (32,6 %). Fast jedes vierte Museum, das die Frage beantwortete, hatte eine Sitemap (25,5 %) oder bot Audios und Filme auf der Homepage an (23,8 %).

Viele der übrigen und weiteren aufgeführten technischen Optionen werden nur von einer kleinen Gruppe von Museen angeboten oder genutzt. Allerdings zeigt sich gerade bei der Fragen nach den verwendeten Funktionen und Medien, wie sehr einzelne Techniken letztendlich doch angenommen wurden. Denn zum Teil wurden einige Anwendungen und Möglichkeiten doppelt so häufig genannt wie in 2013.

Tabelle 41 gibt einen Überblick zur Aktivität der Museen in den sozialen Medien. Über die Hälfte der Museen, die angaben, mit ihrer Einrichtung online vertreten zu sein, hat keine Informationen zu ihren Aktivitäten in und mit den sozialen Medien bereit gestellt (51,6 %).

Die übrigen 44,7 % der Museen, die dazu Angaben gemacht haben, sind bei Facebook angemeldet. In 2013 waren es nur fast 20 % der Museen. Die Anzahl der Museen, die einen Twitter-Account haben, hat sich von 2013 (5,0 %) zu 2018 (10,3 %) sogar verdoppelt. Von den Online-Diensten, die das Zeigen, Teilen und Verbreiten von Bildern und Filmen ermöglichen, scheinen die meisten antwortenden Museen Instagram (17,4 %), den Möglichkeiten von Pinterest (0,6 %) und Youtube (3,6 %) vorzuziehen.

Auch wenn nur jedes zweite Museum die Frage nach der Nutzung von Sozialen Medien beantwortet hat, insgesamt 2.246, zeigt sich ein differenziertes Bild davon, welche Museumsart mehr oder weniger auf Soziale Medien setzt. Insbesondere viele Kunstmuseen (64,8 %) und die Schloss- und Burgmuseen (63,8 %) sind bei diesen Online-Diensten aktiv. Die wenigsten Rückmeldungen kamen von den Volks- und Heimatkundemuseen. Hier machte nur jedes

**Tabelle 40: Funktionen und Medien der Internetpräsentation**

Funktionen und Medien	Anzahl der Museen		in % *	
	2018	(2013)	2018	(2013)
skalierbare Schriftgrößen	406	(193)	19,5	(8,2)
Responsive Webdesign	692	(51)	33,2	(2,2)
Sitemap	531	(268)	25,5	(11,4)
extra Druckversionen	214	(216)	10,3	(9,2)
RSS-Feed	138	(72)	6,6	(3,1)
Stichwortsuche	721	(420)	34,6	(17,9)
Download-Bereich	703	(429)	33,7	(18,3)
Leuchtkasten, Merklisse	426	(344)	20,5	(14,6)
Newsletter	694	(487)	33,3	(20,7)
Online-Ticketing	225	(1.320)	10,8	(56,2)
Online-Shop	343	(343)	16,5	(14,6)
links zu thematisch verwandten Seiten	680	(632)	32,6	(26,9)
Audio, Video	496	(298)	23,8	(12,7)
Virtueller Rundgang	352	(309)	16,9	(13,2)
Apps	144	(68)	6,9	(2,9)
Recherche im Bibliotheksbestand	166	(266)	8,0	(11,3)
sonstige	93	(121)	4,5	(5,2)

\* in % der 2.083 Museen mit Funktionen und Medien  
(2013: 2.349)  
(Mehrfachnennungen waren möglich)

dritte Museum eine Angabe dazu, ob und wo es in den Sozialen Medien vertreten ist (vgl. Abbildung 16).

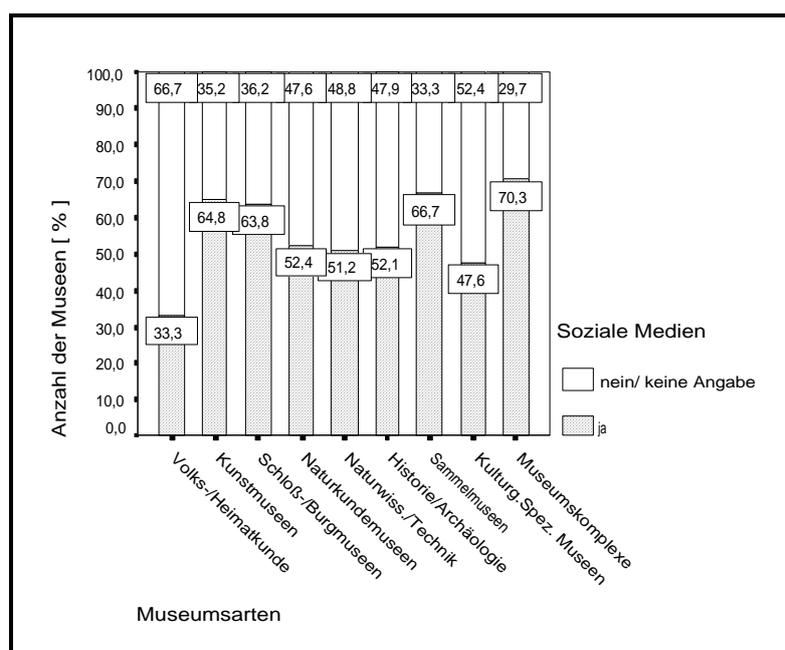
**Tabelle 41: Soziale Medien**

Funktionen und Medien	Anzahl der Museen		in % *	
	2018	(2013)	2018	(2013)
Facebook	1.947	(771)	44,7	(19,1)
Twitter	447	(201)	10,3	(5,0)
Instagram	757	(**)	17,4	(**)
Pinterest	26	(**)	0,6	(**)
Youtube	157	(**)	3,6	(**)
andere Soziale Medien	51	(95)	1,2	(2,4)
keine	76	(**)	1,7	(**)
keine Angabe	2.246	(1.689)	51,6	(41,8)

\*) in % der 4.353 Museen mit Internetauftritt  
(2013: 4.038) (Mehrfachnennungen waren möglich)

\*\*\*) für 2013 nicht erfasst

**Abbildung 15: Museen mit Aktivitäten in den Sozialen Medien nach Museumsarten**



## 5.4 Zielgruppen der Online-Präsentation

Die meisten Museen denken an ihre Adressaten. So haben 85 % der Museen mit Internetauftritt die Frage nach den Zielgruppen, an die sich die Internetpräsentation richtet, beantwortet. Fast 60 % der antwortenden Einrichtungen machten konkrete Angaben, an welche Zielgruppen sich ihre Homepage richten soll.

43,4 % der antwortenden Museen gaben an, ihre Internetpräsentation für Kinder, Jugendliche und Schüler\*innen ausgerichtet zu haben. 31,6 % gaben Familien und weitere 29,9 % Lehrer\*innen als Zielgruppe an. Dabei wird es sich wohl um Informationen zum Vermittlungsprogramm handeln. Allerdings hat das Internet durch die technischen und inhaltlichen Möglichkeiten anderen Zielgruppen ebenso viel zu bieten und manches Potential scheint ungenutzt. Zum Beispiel bieten bislang noch recht wenige Museen spezielle Informationen für die Presse (15,5 %), Menschen mit Behinderung (11,1 %), Wissenschaftler\*innen (10,4 %) oder das Fachpublikum und andere Museumsmitarbeiter\*innen (6,1 %) an.

**Tabelle 42: Zielgruppen für spezielle Angebote auf der Homepage**

Zielgruppen	Anzahl der Museen		in % *	
	2018	(2013)	2018	(2013)
Kinder, Jugendliche, Schüler*innen	1.613	(1.441)	43,4	(43,6)
Lehrer*innen, Multiplikatoren	1.110	(1.020)	29,9	(30,9)
Familien	1.173	(999)	31,6	(30,2)
Menschen mit Behinderung	412	(276)	11,1	(8,4)
Senior*innen	433	(446)	11,7	(13,5)
lokale Bevölkerung	954	(837)	25,7	(25,3)
ausländische Mitbürger*innen	242	(156)	6,5	(4,7)
Tourist*innen	1.108	(1.103)	29,8	(33,4)
Forschung, Wissenschaftler*innen	387	(288)	10,4	(8,7)
Museumsmitarbeiter*innen, Fachpublikum	227	(186)	6,1	(5,6)
Presse	575	(515)	15,5	(15,6)
sonstige	88	(53)	2,4	(1,6)
keine besonderen Zielgruppen	1.494	(1.343)	40,2	(40,6)

\* in % der 3.714 Museen mit Angaben zu den Zielgruppen (2013: 3.304) (Mehrfachnennungen waren möglich)

Die einzelnen Museumsarten unterscheiden sich bei ihren Angaben, an welche Zielgruppen sich ihre Internetpräsentation insbesondere richten soll (vgl. Tabelle 43).

**Volks- und Heimatkundemuseen** haben dabei vergleichsweise häufiger als die anderen Museumsarten die lokale Bevölkerung (29,1 %) im Blick.

**Kunstmuseen** gaben vergleichsweise häufiger an, spezielle Informationen und Seiten für die Presse (29,5 %), Menschen mit Behinderung (19,5 %), Senior\*innen (17,5 %) und ausländische Mitbürger\*innen (14,3 %) vorzuhalten.

Bei den **Schloss- und Burgmuseen** fiel im Vergleich auf, dass eine häufig genannte Zielgruppe die Tourist\*innen (44,7 %) waren.

**Naturkundemuseen** möchten mit ihrer Internetpräsentation insbesondere und häufiger als an-

dere Museumsarten Kinder, Jugendliche und Schüler\*innen (60,1 %) erreichen, ebenso Lehrer\*innen und Multiplikator\*innen (45,7 %), Familien (44,5 %) und Wissenschaftler\*innen (19,7 %).

Bei den **Naturwissenschaftlichen und technischen Museen** fällt auf, dass es keine Zielgruppe gab, die häufiger angegeben war als bei den anderen Museumsarten.

**Historische und archäologische Museen** richten ihre Webseite mehr auf die Zielgruppen Lehrer\*innen und Multiplikator\*innen (47,9 %) aus als andere Museumsarten, außerdem auch häufiger auf Wissenschaftler\*innen (19,6 %) und auf das Fachpublikum und andere Museumsmitarbeiter\*innen (12,0 %).

Auch den **kulturgeschichtlichen Spezialmuseen** scheint eine Spezifizierung schwerer zu fallen. Auch hier fiel im Vergleich keine Zielgruppe auf, die häufiger als bei den anderen Museumsarten genannt wurde.

**Tabelle 43: 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	557 36,5	247 56,0	92 57,9	104 60,1	196 42,2	149 47,0	14 66,7	215 38,6	39 69,6	1.613 43,4
Lehrer, Multiplikatoren	330 21,6	168 38,1	44 27,7	79 45,7	137 29,5	152 47,9	11 52,4	163 29,3	26 46,4	1.110 29,9
Familien	395 25,9	177 40,1	63 39,6	77 44,5	168 36,2	94 29,7	13 61,9	156 28,0	30 53,6	1.173 31,6
Behinderte	102 6,7	86 19,5	19 11,9	25 14,5	61 13,1	47 14,8	5 23,8	60 10,8	7 12,5	412 11,1
Senioren	166 10,9	77 17,5	12 7,5	17 9,8	51 11,0	31 9,8	5 23,8	69 12,4	5 8,9	433 11,7
lokale Bevölkerung	444 29,1	105 23,8	36 22,6	37 21,4	118 25,4	72 22,7	5 23,8	128 23,0	9 16,1	954 25,7
ausländische Mitbürger	52 3,4	63 14,3	11 6,9	11 6,4	27 5,8	27 8,5	2 9,5	47 8,4	2 3,6	242 6,5
Touristen	410 26,9	142 32,2	71 44,7	52 30,1	127 27,4	100 31,5	9 42,9	175 31,4	22 39,3	1.108 29,8
Forschung, Wissenschaftler	80 5,2	61 13,8	13 8,2	34 19,7	48 10,3	62 19,6	8 38,1	73 13,1	8 14,3	387 10,4
Museumsmitarb., Fachpublikum	37 2,4	37 8,4	13 8,2	17 9,8	24 5,2	38 12,0	3 14,3	49 8,8	9 16,1	227 6,1
Presse	121 7,9	130 29,5	28 17,6	31 17,9	85 18,3	68 21,5	10 47,6	86 15,4	16 28,6	575 15,5
sonstige	22 1,4	11 2,5	15 9,4	1 0,6	13 2,8	11 3,5	1 4,8	11 2,0	3 5,4	88 2,4
keine besonderen Zielgruppen	715 46,7	135 30,6	41 25,8	52 30,1	186 40,1	104 32,8	3 14,3	246 44,2	12 21,4	1.494 40,2

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

Der Anteil an Museen, die **fremdsprachige Informationen** auf ihrer Internetseite vorhalten, ist im Laufe der letzten fünf Jahre leicht gestiegen. Waren es in 2013 noch 21,7 % der antwortenden Museen, die angaben, Informationen in einer anderen Sprache als Deutsch vorzuhalten, waren es in 2018 26,1 %, also mehr als jedes vierte Museum.

**Tabelle 44: Fremdsprachige Informationen auf der Homepage**

Fremdsprachen	Anzahl der Museen		in % der Museen mit Internetauftritt *	
	2018	(2013)	2018	(2013)
ja, mit Fremdsprache	1.136	(877)	26,1	(21,7)
nein, ohne Fremdsprache	2.934	(2.684)	67,4	(66,5)
keine Angabe zu fremdsprachigen Informationen	283	(477)	6,5	(11,8)

\*) in % der 4.353 Museen mit Internetauftritt (2013: 4.038 Museen)

Weiterhin werden die fremdsprachigen Informationen in den international gängigen Sprachen ausgebaut. Über 92 % der antwortenden Museen mit fremdsprachigen Informationen auf der Internetseite bieten diese in Englisch an. Jedes vierte dieser Museen hält Informationen auf Französisch (23,4 %) vor, fast jedes zehnte auf Italienisch (9,4 %). Erkennbar ist auch, dass Museen mit ihren fremdsprachigen Angeboten einen Service für die Besucher\*innen aus direkten Nachbarländern anbieten, wie den Niederlanden (niederländisch 11,5 %), Dänemark (dänisch 2,9 %), Tschechien (tschechisch 7,4 %), oder Polen (polnisch 7,8 %).

Einige Museen haben sich anscheinend an den Herkunftsländern ihres touristischen Publikums orientiert. Deutlich mehr antwortende Museen als 2013 bieten auf ihrer Homepage Informationen in den Sprachen russisch (7,0 %) und chinesisch (4,7 %) an.

**Tabelle 45: Übersicht der Fremdsprachen auf der Homepage**

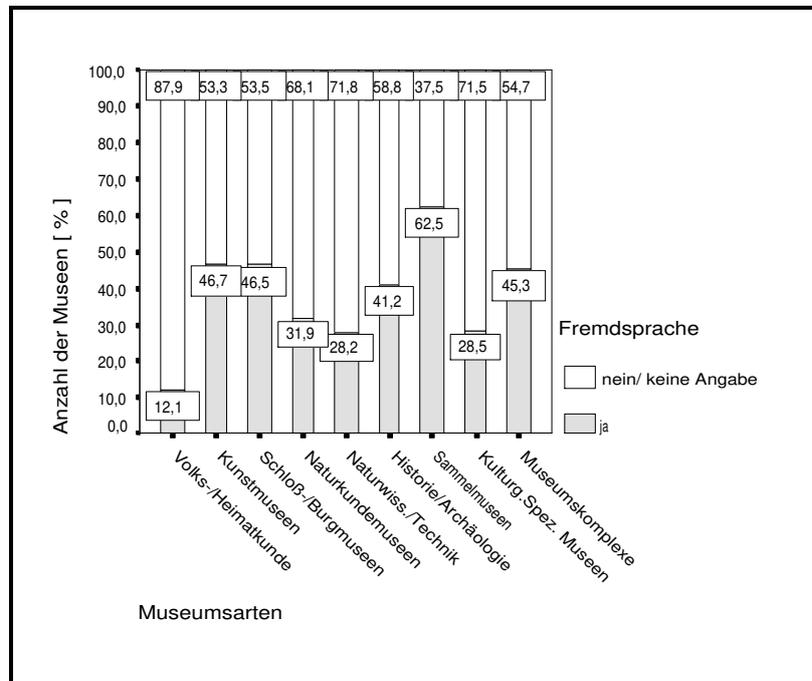
Fremdsprachen	Anzahl der Museen		in % * zu dieser Frage	
	2018	(2013)	2018	(2013)
chinesisch	53	(17)	4,7	(1,9)
dänisch	33	(28)	2,9	(3,2)
englisch	1.051	(784)	92,5	(89,4)
französisch	266	(186)	23,4	(21,2)
italienisch	107	(50)	9,4	(5,7)
japanisch	44	(14)	3,9	(1,6)
niederländisch	131	(99)	11,5	(11,3)
polnisch	89	(59)	7,8	(6,7)
russisch	80	(42)	7,0	(4,8)
schwedisch	8	(11)	0,7	(1,3)
spanisch	85	(46)	7,5	(5,2)
tschechisch	84	(45)	7,4	(5,1)
türkisch	17	(10)	1,5	(1,1)
andere	78	(38)	6,9	(4,3)
ohne Angabe, welche Fremdsprache	11	(37)	1,0	(4,2)

\* in % der 1.136 Museen mit fremdsprachigen Informationen (2013: 877 Museen)  
(Mehrfachnennungen waren möglich)

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 (vgl. Abb. 17). Ab einer Besuchszahlengröße von mehr als 20.000 Besuchen pro Jahr hat mindestens jedes zweite antwortende Museum fremdsprachige Informationen auf seiner Internetseite. Von den Museen mit mehr als 500.000 Besuchen sind es sogar 95 %.

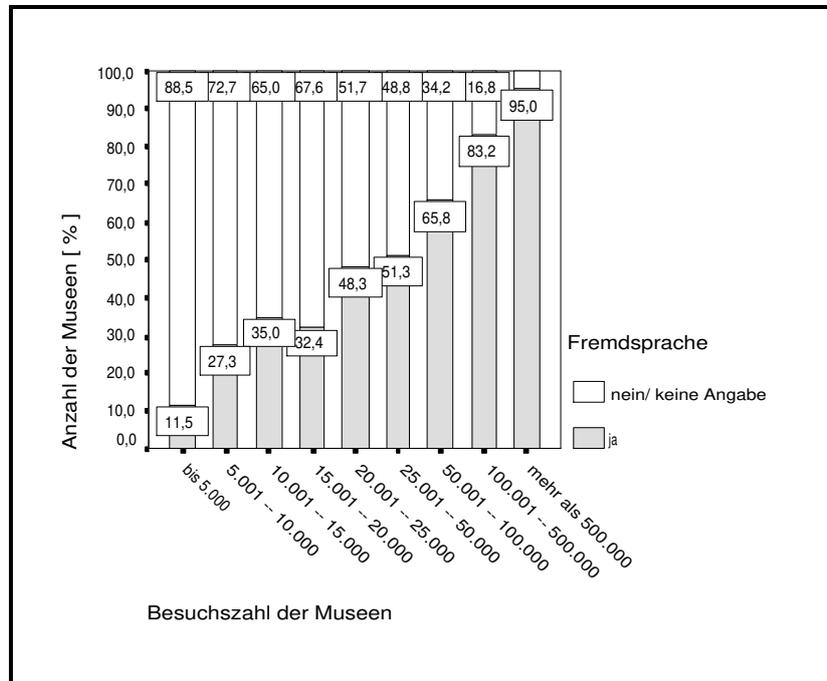
**Abbildung 16: Museen mit fremdsprachigen Informationen bei der Internetpräsentation nach Museumsarten**



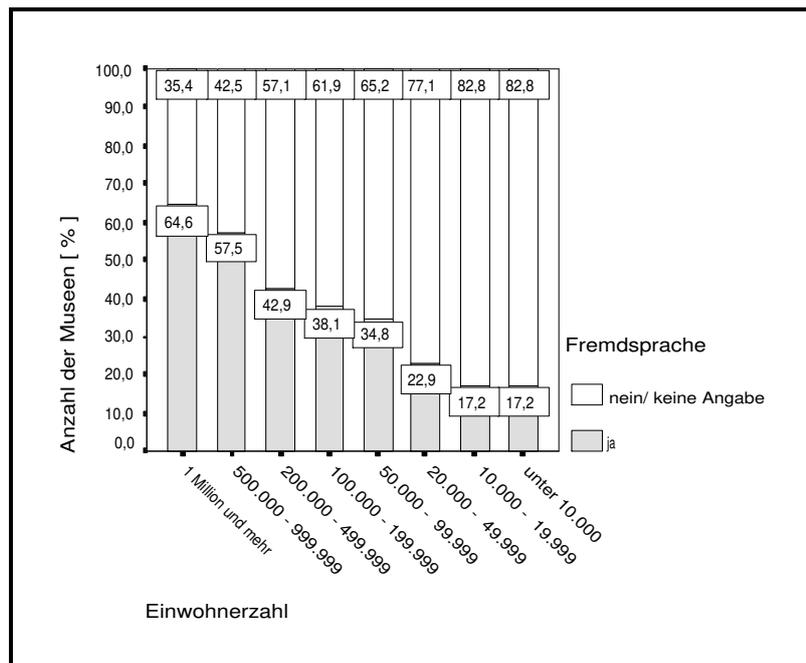
Differenziert nach Museumsart sind es, abgesehen von den Sammelmuseen mit 62,5 %, besonders die Kunstmuseen mit 46,7 %, die Schloss- und Burgmuseen mit 46,5 % und die historisch/archäologischen Häuser mit 41,2 %, die aus der Gruppe der antwortenden Museen ihre Homepage auch in einer weiteren Sprache anbieten.

In Gemeinden mit 500.000 und mehr Einwohnern informieren mindestens 57 % der antwortenden Museen bei ihrer Internetpräsentation auch in Fremdsprachen (vgl. Abb. 18). Im Allgemeinen gilt: je höher die Einwohnerzahl einer Gemeinde ist, desto höher ist auch der Anteil der Museen mit fremdsprachigen Informationen.

**Abbildung 17: Museen mit fremdsprachigen Informationen bei der Internetpräsentation nach Besuchszahlengröße**



**Abbildung 18: Museen mit fremdsprachigen Informationen bei der Internetpräsentation nach Einwohnerklassifikation**



## 5.5 Pflege der Online-Präsentation

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.

Für das Jahr 2018 und das Jahr 2013 gaben etwa zwei Drittel der antwortenden Häuser an, dass eigene Mitarbeiter die Seiten der Homepage pflegen und Inhalte aktualisieren. 17,2 % bedienen sich der Hilfe eines externen Dienstleisters. Bei etwa 13,3 % der Museen übernahm der Träger die Aktualisierung.

**Tabelle 46: Pflege der Internetseiten**

Pflege durch	Anzahl der Museen		in% *	
	2018	(2013)	zu dieser Frage 2018	(2013)
eigene Mitarbeiter*innen	2.908	(2.594)	66,8	(64,2)
externen Dienstleistungsbetrieb	749	(398)	17,2	(9,9)
Hochschul-/ Schulprojekt	18	(10)	0,4	(0,2)
Honorar-/ freie Mitarbeiter*innen	182	(179)	4,2	(4,4)
Freundeskreis/ Förderverein	310	(223)	7,1	(5,5)
Museumsträger/ Amt	580	(506)	13,3	(12,5)
sonstige	124	(216)	2,8	(5,3)
keine Pflege	126	(77)	2,9	(1,9)

\*) in % der 4.453 Museen mit Internetauftritt (2013: 4.038)  
(Mehrfachnennungen waren möglich)

Im Jahr 2018 zählen 839 Einrichtungen die Anzahl der Besucher\*innen (Unique User) auf ihrer Internetseite. Das entspricht einem Anteil 19,3 % der Museen mit Internetauftritt. Davon konnten 411 Museen konkrete Zahlen nennen: diese meldeten 75.167.318 Unique User.