

## 2 Ausgangslage

Eine Konsequenz aus der wirtschaftlich sich verschlechternden Situation – auch an den Staatlichen Museen zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz (SMB-PK) – war die Einführung von Eintrittsgeldern für den Besuch in den Museen. Bei solchen Maßnahmen wird in der Regel vor der Einführung des kostenpflichtigen Museumseintritts ein Einnahmesoll festgelegt. Mit der Erhebung von Eintrittsgeldern setzt jedoch ein Besuchszahlenrückgang ein und ein Verlust auf der Einnahmeseite bei großen Museen in Millionenhöhe kann die Folge sein. Dies war auch der Fall bei den Museen der Staatlichen Museen zu Berlin. Daher wurden eine genaue Analyse der Besuchszahlsituation an diesen Museen sowie eine Überprüfung der möglichen Einnahmen durch Eintrittsgeld und Vergleiche mit anderen Museen notwendig. Der Stiftungsrat der Stiftung Preußischer Kulturbesitz erweiterte das Anliegen der Untersuchung auf weitere Museen in anderen Großstädten. Das Institut für Museumskunde wurde mit der Durchführung beauftragt und führte die Studie in Kooperation mit dem ifo Institut für Wirtschaftsforschung in München durch, da auch die wirtschaftlichen Zusammenhänge zwischen möglichen Einnahmen aus Angeboten und Serviceleistungen der Museen insgesamt betrachtet und zum Vergleich Eintrittspreise von anderen Museen in deutschen und europäischen Großstädten ermittelt werden sollten.

Besondere Bedeutung sollte die Untersuchung der Akzeptanz von Preisen in unterschiedlichen Museen sowie die Ermittlung von Notwendigkeit und Akzeptanz bestimmter Ermäßigungstatbestände und Sonderkarten haben. Um eine repräsentative Auswahl zu erreichen, wurden – neben drei Häusern der Staatlichen Museen zu Berlin PK und dem Deutschen Historischen Museum in Berlin – weitere 13 Häuser in den Städten Bonn, Dresden, Hamburg, Karlsruhe und Köln in die Untersuchung einbezogen. Diese Erweiterung der Analyse wurde durch einen Finanzierungszuschuß des Bundesministeriums des Innern ermöglicht.

Das Gesamtprojekt behandelt folgende Themen:

- Vergleich der Eintrittsgeldregelungen sowohl innerhalb der einzelnen Bundesländer als auch im internationalen Vergleich,
- Analyse des Ausgabeverhaltens der Besucher als Reaktion auf unterschiedliche Angebotsarten und Preise der Museen,
- Erarbeitung von grundsätzlichen Änderungsvorschlägen,
- Darstellung der sich aus den vorgeschlagenen Änderungen der Eintrittsgeldregelungen möglicherweise ergebenden Auswirkungen auf das Besucherverhalten,
- Erarbeitung von Vorschlägen zur Verbesserung der Einnahmesituation von Museen.

### 2.1 Aufbau und Inhalt der Studie sowie Aufgabenteilung zwischen den beteiligten Instituten

In einem ersten Schritt wurde eine vergleichende Dokumentation von Eintrittsgeldregelungen an 52 Museen in 20 deutschen Städten und 61 Museen aus 15 Haupt- und Großstädten in 12 westeuropäischen Ländern erstellt. Diese Aufgabe wurde vom Institut für Museums-

kunde geleistet und als Heft 7 der Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde veröffentlicht<sup>2</sup>.

In einem zweiten Schritt wurden die wirtschaftlichen Bedingungen analysiert, unter denen die untersuchten Einrichtungen handeln. Im Mittelpunkt der Betrachtung standen die finanzielle Situation und die wirtschaftlichen Handlungsspielräume. Soweit Daten zur Verfügung standen, erfolgte eine Bestandsaufnahme der Einnahmen- und Ausgabenstruktur der untersuchten Museen. Die wirtschaftliche Flexibilität wurde anhand der (haushalts-)rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen, denen die Museen unterliegen, beleuchtet. Außerdem wurde beschrieben, welche Maßnahmen den Museen neben der Eintrittspreisgestaltung zur Verbesserung ihrer finanziellen Situation zur Verfügung stehen. Dieser Analyseschritt wurde vom ifo Institut für Wirtschaftsforschung bearbeitet.

Zeitgleich wurden in einem dritten Schritt Strukturanalysen in den Vergleichsmuseen und Analysen des Ausgabeverhaltens der Besucher im Zusammenhang mit dem Museumsbesuch erforderlich. Dieser Teil der Untersuchung wurde vom Institut für Museumskunde und vom ifo Institut für Wirtschaftsforschung gemeinsam bearbeitet. Grundlage hierfür bildeten die von beiden Instituten in ähnlicher Art erstellten und verwendeten Erhebungsverfahren der Besucherstrukturanalyse. Dabei waren die Besucher unterschiedlicher Museumsarten hinsichtlich ihrer soziodemographischen Verteilung, ihrer Besuchsinteressen, der Besuchssituation und des Ausgabeverhaltens zu untersuchen. Das Institut für Museumskunde übernahm die Durchführung der Strukturanalysen, das ifo Institut für Wirtschaftsforschung übernahm die Quantifizierung der ökonomischen Auswirkungen möglicher Anhebungen von Eintrittsgeldern auf den Museumsbesuch und das Ausgabeverhalten der Museumsbesucher.

## 2.2 Methoden der Untersuchung

Die Methoden der Untersuchung bestanden – neben der Literaturlauswertung – in der Auswertung von statistischen Angaben der Museen, u.a. auch von Haushaltsplänen der Museen sowie in Interviews mit Experten und Museumsdirektoren. Die Strukturanalysen und die Analyse des Ausgabeverhaltens der Besucher erforderten eine Ausgangsbefragung in zwei Wellen.

Bei der Auswertung der Umfragen und der Beurteilung der wirtschaftlichen Auswirkungen einer Änderung der Eintrittspreise auf das Ausgabeverhalten der Besucher und die Finanzierungssituation der Museen wurde eine ökonometrisch-statistische Methode angewendet, das Discrete Choice Modell, das das ifo Institut zur Analyse von Nachfrageveränderungen bereits eingesetzt hat.

## 2.3 Museumsarten und Untersuchungsorte

Ausgehend von der Fragestellung dieser Studie und den Untersuchungszielen waren für die Auswahl der Museumsarten und Untersuchungsorte zwei Gruppen von Faktoren maßgeblich:

- a) Angebotsorientierte Faktoren:  
Hierzu gehören Sammlungsart und Sammlungsschwerpunkte der Museen, deren Bedeutung und Besonderheit sowie die Art und Qualität der Sonderausstellungen und

---

2 Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde. Nr. 7. Zusammenstellung von Eintrittspreisregelungen und Öffnungszeiten ausgewählter Museen in westeuropäischen Großstädten. Berlin 1996.

der museumsspezifischen Aktivitäten der Museumspädagogik, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung und nicht zuletzt die Preise für Eintritt, Warenangebot und Dienstleistungen.

b) Nachfrageorientierte Faktoren:

Hierzu gehören regionalspezifische Faktoren (z.B. Tourismus), aber auch Faktoren wie charakteristische Besuchsanlässe und Einzugsbereiche für bestimmte Besuchergruppen.

Die Untersuchung bezieht daher Museen mit folgenden Sammlungsschwerpunkten ein: Kunst, Kulturgeschichte, Archäologie, Ethnologie, Geschichte und Naturkunde. Für die Vergleichsstädte wurde eine Auswahl herangezogen, die es gestattete, Museen in touristischen Zentren und in touristisch nicht so stark ausgeprägten Regionen zu untersuchen. Im einzelnen wurden folgende Museen bzw. Museumskomplexe ausgewählt:

- Berlin: Deutsches Historisches Museum  
Staatliche Museen zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz:  
Museumskomplex Pergamonmuseum  
Neue Nationalgalerie  
Museumskomplex Dahlem
- Dresden: Deutsches Hygiene Museum  
Staatliche Kunstsammlungen Dresden:  
Gemäldegalerie Alte Meister  
Museumskomplex Albertinum
- Karlsruhe: Staatliches Museum für Naturkunde Karlsruhe
- Bonn: Museum Alexander Koenig  
Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland  
Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland  
Kunstmuseum Bonn
- Hamburg: Hamburger Kunsthalle  
Hamburgisches Museum für Völkerkunde  
Museum für Hamburgische Geschichte
- Köln: Römisch-Germanisches Museum  
Wallraf-Richartz Museum/Museum Ludwig