

3 Sonderausstellungen und Öffentlichkeitsarbeit der Museen

Da Sonderausstellungen sowie Öffentlichkeitsarbeit wiederholt von den Museen als Hauptgründe für das Ansteigen der Besuchszahlen angegeben wurden (vgl. auch Tab. 1, S. 10), hat das IfM hierzu einige weitere Angaben erhoben.

3.1 Sonderausstellungen 1988

Im Jahr 1988 wurden von den Museen insgesamt 4.210 Ausstellungen durchgeführt (vgl. Tab. 4, S. 15 und Tab. 19, S. 30). Veranstaltet wurden diese 4.210 Ausstellungen (145 mehr als 1987) von insgesamt 1.071 Museen (im Vorjahr 944 Museen).

Nicht erfaßt sind in diesen 4.210 Ausstellungen diejenigen, die von anderen Veranstaltern, wie Festkomitees o.ä. in reinen Ausstellungshäusern durchgeführt wurden. Diese Ausstellungshäuser wurden von uns neu erfaßt und für die Besuchszahlerhebung 1988 erstmals angeschrieben. Die Ergebnisse sind in Abschnitt 1.2, 1.3 und 5.2 dargestellt.

Unberücksichtigt blieben kommerzielle Ausstellungen. Die folgenden Tabellen (7 und 8) zeigen, wie sich die 1.071 Museen mit ihren Sonderausstellungen auf die einzelnen Bundesländer einerseits und die verschiedenen Museumsarten andererseits verteilen.

Tabelle 7: Museen mit Sonderausstellungen pro Bundesland

Bundesland	Museen 1988 (1987)	Anzahl der Ausstellungen 1988 (1987)	davon		Museumsbesuche 1988 (1987)
			innerhalb 1988 (1987)	außerhalb 1988 (1987)	
Baden-Württemberg	203 (168)	629 (554)	553 (491)	76 (63)	7.672.174 (7.514.552)
Freistaat Bayern	198 (189)	622 (676)	550 (569)	72 (107)	7.801.178 (8.158.438)
Berlin (West)	36 (37)	125 (140)	117 (114)	8 (26)	3.914.788 (4.039.386)
Bremen	9 (10)	65 (72)	61 (68)	4 (4)	833.377 (811.903)
Hamburg	19 (15)	87 (73)	74 (66)	13 (7)	902.847 (808.801)
Hessen	152 (129)	546 (492)	497 (442)	49 (50)	4.514.584 (5.390.233)
Niedersachsen	129 (100)	565 (474)	505 (408)	60 (66)	3.570.452 (3.803.161)
Nordrhein-Westfalen	198 (184)	1.065 (1.124)	980 (1.026)	85 (98)	8.936.620 (8.947.377)
Rheinland-Pfalz	58 (59)	253 (264)	229 (224)	24 (40)	1.687.751 (1.834.936)
Saarland	13 (7)	42 (31)	36 (29)	6 (2)	141.992 (164.953)
Schleswig-Holstein	56 (46)	211 (165)	179 (145)	32 (20)	1.944.237 (1.830.904)
Gesamtzahl	1.071 (944)	4.210 (4.065)	3.781 (3.582)	429 (483)	41.920.000 (43.304.644)

Den Tabellen ist auch zu entnehmen, wie viele der Sonderausstellungen innerhalb des Museumsgeländes und wie viele außerhalb stattfanden.

Tabelle 8: Museen mit Sonderausstellungen nach Museumsarten

Museumsart	Museen 1988 (1987)	Anzahl der Ausstellungen 1988 (1987)	davon		Museumsbesuche
			innerhalb 1988 (1987)	außerhalb 1988 (1987)	
1 Volkskunde- und Heimatkundemuseen	577 (493)	2.029 (1.926)	1.850 (1.707)	179 (219)	9.176.091 (9.784.551)
2 Kunstmuseen	161 (155)	938 (1.012)	885 (931)	53 (81)	8.526.979 (10.651.319)
3 Schloß- und Burgmuseen	20 (19)	60 (62)	53 (48)	7 (14)	1.935.325 (2.339.460)
4 Naturkundliche Museen	55 (49)	148 (145)	126 (125)	22 (20)	2.393.816 (2.504.022)
5 Naturwissenschaftliche und technische Museen	65 (58)	175 (130)	139 (113)	36 (17)	7.274.433 (5.568.586)
6 Historische und archäologische Museen	49 (44)	163 (123)	139 (85)	24 (38)	4.096.719 (3.745.086)
7 Sammelmuseen mit komplexen Beständen	13 (14)	131 (128)	122 (119)	9 (9)	1.903.288 (2.403.764)
8 Kulturgeschichtliche Spezialmuseen	101 (87)	378 (322)	297 (263)	81 (59)	2.905.213 (2.769.962)
9 Mehrere Museen in einem Museumskomplex	30 (25)	188 (217)	170 (191)	18 (26)	3.708.136 (3.537.894)
Gesamtzahl	1.071 (944)	4.210 (4.065)	3.781 (3.582)	429 (483)	41.920.000 (43.304.644)

Da sich die Besuchszahlenangaben dieser Tabellen nur auf diejenigen Museen beziehen, die Sonderausstellungen durchgeführt haben (andere Grundgesamtheit), unterscheiden sich diese Besuchszahlen von den Angaben zu den Gesamt-Besuchszahlen.

Etwa 90 % der Sonderausstellungen wurden von den Museen in den eigenen Räumen durchgeführt.

Knapp ein Viertel der Sonderausstellungen (873 Ausstellungen) kamen von anderen Einrichtungen.

Da nur 437 Museen die Besuchszahlen für ihre Sonderausstellungen ermitteln konnten, ist eine sinnvolle Angabe der Besuchszahl von Sonderausstellungen nicht möglich. Die in den Tabellen angegebenen Besuchszahlen sind die der Museen, die Sonderausstellungen durchgeführt haben und beinhalten sowohl die Besuche der Sonderausstellungen als auch die der Dauerausstellungen der Museen.

Wir haben die Museen gebeten, die jeweiligen Schwerpunkte ihrer Ausstellung anzugeben. Die Tabelle 9 zeigt, daß es sich bei über einem Drittel um Kunstaussstellungen handelt. Ausstellungen mit sammlungsübergreifendem sowie mit kulturgeschichtlichem Schwerpunkt bilden darüber hinaus einen großen Anteil der in 1988 durchgeführten Ausstellungen. Etwa für jede fünfte Ausstellung liegt keine Angabe über den Schwerpunkt vor.

Tabelle 9: Ausstellungen gegliedert nach Schwerpunkten

Schwerpunkt der Ausstellung	Anzahl der Ausstellungen	in % *	Anzahl der Museen	in % **
Volkskunde und Heimatkunde	279	6,6	189	17,6
Kunst	1.513	36,0	458	42,8
Naturkunde	120	2,9	83	7,7
Naturwissenschaften und Technik	115	2,7	86	8,0
Kulturgeschichte	468	11,1	281	26,2
Historie und Archäologie	258	6,1	178	16,6
Sammlungsübergreifend	488	11,6	281	26,2
Anderer Schwerpunkt	68	1,6	54	5,0
Keine Angabe des Schwerpunkts	901	21,4	281	26,2

* in % der Gesamtzahl der Ausstellungen (4.210)

** in % der Museen, die Ausstellungen hatten (1.071)

3.1.1 Eintrittspreise für Sonderausstellungen

Der Museumsbesuch in der Bundesrepublik Deutschland gehörte auch im Jahr 1988 zu den preiswerteren kulturellen Aktivitäten. Angaben zu den Eintrittspreisen der Museen finden sich in der Tabelle 21 (S. 32).

In der folgenden Tabelle 10 ist dargestellt, ob der Besuch der Sonderausstellung im Eintritt für das Museum enthalten ist.

Tabelle 10: Eintritt für Sonderausstellungen

Eintritt	Anzahl der Museen
Eintritt im Museumseintritt enthalten	429
für Sonderausstellungen gesonderter Eintritt	41
für einige Sonderausstellungen gesonderter Eintritt	56
Museumsbesuch und Besuch der Sonderausstellungen kostenlos	465
keine Angaben	80
Gesamt	1.071

In fast der Hälfte der Museen mit Sonderausstellungen kosteten also weder die Dauerausstellungen noch die Sonderausstellungen Eintritt. Nur etwa 4 % der Museen nahmen generell Eintritt bei Sonderausstellungen.

3.2 Öffentlichkeitsarbeit der Museen

Neben den jährlichen Fragen zu den Besuchszahlen hatten wir die Museen um einige Angaben zu ihrer Öffentlichkeitsarbeit gebeten. Die Fragen nach Art, Intensität und Reichweite von Öffentlichkeitsarbeit eines Museums sind mitentscheidend dafür, wie das Museumsangebot bei seinen Adressaten, den möglichen Besuchern, bekannt gemacht wird. Damit kann Öffentlichkeitsarbeit ein wichtiger Faktor für die Besuchszahlenentwicklung von Museen werden. Neben dem generellen inhaltlichen Interesse des Instituts für Museumskunde an diesem Bereich der Museumsarbeit war für uns das Ziel, Veränderungsfaktoren für Besuchszahlen-Entwicklungen in den Museen genauer bestimmen zu können, der Anlaß zur Aufnahme dieses zusätzlichen Fragenkomplexes in unsere diesjährige Erhebung. Dabei haben wir - wie bereits für 1987 den Fragenkomplex zur Museumspädagogik - den Begriff Öffentlichkeitsarbeit nach den am häufigsten in Museen vorkommenden Zielgruppen, Formen und Aktivitäten definiert. Auf eine scharfe Abgrenzung zum Begriff „Werbung“ wurde bewußt verzichtet, weil insbesondere in der Praxis der Mehrzahl der kleinen Museen diese Trennung der Arbeitsbereiche so nicht existiert.

Die dadurch gewonnenen Ergebnisse werden im folgenden dargestellt.

3.2.1 Darstellung des Museums in der Öffentlichkeit

In den vorgegebenen Antwortkategorien haben wir die für die mehrzahl der Museen typischen Formen der Öffentlichkeitsarbeit und Werbung vorgegeben. Diese Frage wurde von insgesamt 1.891 Museen beantwortet.

Der Tabelle 11 kann man entnehmen, daß mehr als 3/4 der Museen sich in Form von Pressemitteilungen an die Öffentlichkeit wenden. Jedes zweite Museum informiert mit Plakaten oder anderen Formen der Außenwerbung die potentiellen Besucher. Immerhin jedes 6. Museum wendet sich mit Einladungen zu Sonderaktivitäten an bestimmte Zielgruppen. Um welche Zielgruppen es sich dabei handelt, ist der folgenden Tabelle 12 zu entnehmen.

3.2.2 Zuständigkeit für Öffentlichkeitsarbeit

Die Frage danach, wer die Öffentlichkeitsarbeit für das Museum durchführt, wurde von 1.780 Museen beantwortet (vgl. Tab. 13). Am häufigsten wird diese Aufgabe von dem Museumsleiter übernommen, oft auch von einem zentralen Dienst. Überwiegend (63,5 %) wurde nur eine Kategorie angekreuzt, ein Hinweis darauf, daß diese Zuständigkeit in den Museen häufig klar geregelt ist.

Tabelle 11: Darstellung des Museums in der Öffentlichkeit
(Mehrfachnennungen möglich)

Art der Darstellung	Häufigkeit der Nennung	in % *
Plakate, Aushang	1.083	57,3
Außenwerbung	1.090	57,6
Wegweisung im Stadtbild	820	43,4
andere Maßnahmen der Außenwerbung	180	9,5
Pressemitteilungen	1.476	78,1
Anzeigen in der Presse	612	32,4
Einladungen an Pressevertreter	711	37,6
Einladungen an Stammbesucher	632	33,4
Einladungen zu Sonderaktivitäten für bestimmte Zielgruppen	325	17,2
Pressekonferenzen	470	24,9
Sonderveranstaltungen	387	20,5

* in % der Antworten zu dieser Frage (1.891)

**Tabelle 12: Museen mit Angaben zu Zielgruppen für
Sonderaktivitäten**

Zielgruppen	Anzahl der Museen	in %
Schulen	68	26,7
Vereine	39	15,3
Lehrer	13	5,1
Fachbesucher	12	4,7
Studenten	4	1,6
VHS	3	1,2
Mehrfachnennung	69	27,0
Sonstige	47	18,4
Gesamt	255	100,0

Tabelle 13: Wer führt die Öffentlichkeitsarbeit am Museum durch?
(Mehrfachnennungen möglich)

Zuständigkeit für Öffentlichkeitsarbeit	Anzahl der Museen	in % *
Zentraler Dienst	636	35,7
Museumsleiter	1.087	61,1
wissenschaftliche Angestellte	222	12,5
Museumspädagogen	137	7,8
Sachbearbeiter	355	19,9
Sonstige	119	6,7
eigenes Referat	119	6,7

* in % der Museen, die Angaben zur Zuständigkeit für Öffentlichkeitsarbeit machten (1.780)

3.2.3 Finanzierung der Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

Auch bei dieser Frage waren Kategorien vorgegeben, die charakteristische Finanzierungsformen und Größenklassen nannten. Die Antworten zu den Fragen „Wie wurde Öffentlichkeitsarbeit und Werbung für ihr Museum überwiegend finanziert?“ und „Wie hoch waren 1988 ihre Gesamtausgaben für Öffentlichkeitsarbeit und Werbung?“ sind in Tabelle 14 und 15 dargestellt.

Tabelle 14: Finanzierung der Öffentlichkeitsarbeit

Finanzierung der Öffentlichkeitsarbeit durch:	Anzahl der Museen	in % *
Museumshaushalt	1.117	64,0
Ausstellungsmittel	194	11,1
Spenden und Sponsoren	242	13,9
keine gesonderten Mittel	398	22,8
Sonstiges	172	9,9

* in % der Museen, die Angaben zur Finanzierung hatten (1.745)

Wie Tabelle 14 zeigt, wird die Öffentlichkeitsarbeit überwiegend aus Mitteln des Museumshaushaltes finanziert (64,0 %).

Tabelle 15: Höhe der Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit in 1988

jährliche Ausgaben in DM	Anzahl der Museen	in % *
bis 1.000	567	35,0
bis 5.000	368	22,7
bis 10.000	181	11,2
bis 25.000	105	6,5
bis 50.000	54	3,3
bis 100.000	21	1,3
über 100.000	16	1,0
keine Ausgaben	307	19,0

* in % der Museen, die Angaben zur Höhe des Etats hatten (1.619)

Die jährlichen Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit und Werbung liegen bei den meisten Museen (935) unter DM 5.000.

3.2.4 Reaktionen zu Veranstaltungen der Museen in Presse, Rundfunk und Fernsehen

Neben der Art der Ansprache des Zielpublikums ist die Reichweite und Resonanz ein wichtiger Erfolgsfaktor öffentlichkeitsbezogener Maßnahmen. Der folgenden Tabelle 16 ist zu entnehmen, welche Resonanz Museen nach eigener Einschätzung in den Medien im Jahr 1988 hatten.

Tabelle 16: Reaktionen zu Veranstaltungen in Presse, Rundfunk und Fernsehen (Mehrfachnennungen möglich)

Massenmedien	Regionale		Überregionale		Internationale		Keine	
	Berichterstattung		Berichterstattung		Berichterstattung		Berichterstattung	
	Anzahl	in % *	Anzahl	in % *	Anzahl	in % *	Anzahl	in % *
Presse	1.420	82,9	635	37,1	164	9,6	173	10,1
Rundfunk	809	47,2	383	22,4	53	3,1	286	16,7
Fernsehen	512	29,9	298	17,4	50	2,9	372	21,7

* in % der Museen mit Angaben zur Berichterstattung in Massenmedien (1.713)

Mehr als 3/4 der Museen gaben eine regionale Berichterstattung in der Presse an. Insgesamt zeigt die Tabelle, daß Museen in der regionalen Berichterstattung sehr häufig Beachtung finden.

3.3 Besuchereinrichtungen

Mit der Frage „Verfügen Sie über folgende Einrichtungen für Besucher“ wurden die Museen um Antwort gebeten, ob sie über einen Verkaufsstand/ Museumsladen, über ein Restaurant/Café oder über sonstige Einrichtungen für Besucher verfügen. Die folgende Tabelle 17 zeigt die Antworten zu dieser Frage.

Tabelle 17: Besuchereinrichtungen
(Mehrfachnennungen möglich)

Besuchereinrichtungen	Anzahl der Museen	in % *
Museumsladen	919	50,7
Restaurant	302	16,7
Sonstige	47	2,6
keine	783	43,2

* in % der Museen, die Angaben zu Besuchereinrichtungen hatten (1.811)

3.4 Veröffentlichungen

Tabelle 18 gibt einen Überblick darüber, welche Veröffentlichungen von den Museen herausgegeben werden.

Tabelle 18: Veröffentlichungen
(Mehrfachnennungen möglich)

Veröffentlichungen	Anzahl der Museen	in % *
Museumsprospekt	1.022	64,9
Veranstaltungskalender	246	15,6
Museumsführer	704	44,7
Kataloge zu Dauerausstellungen	320	20,3
Kataloge zu Sonderausstellungen	510	32,4
Museumszeitschrift	67	4,3
Schriftenreihe	370	23,5
Sonstige	147	9,3

* in % der Museen, die Angaben zu Veröffentlichungen hatten (1.574)