

Horst-Alfred Heinrich
Manuela Schönau

Passantenumfrage zu Museumsbesuchen Innsbruck 2009

Forschungsdokumentation

Inhalt

1.	Einleitung	3
2.	Theoretische Überlegungen	4
3.	Fragebogenentwicklung	5
4.	Umfragedesign	7
5.	Dokumentation des Fragebogens mit Häufigkeitsauszählung	9
6.	Dokumentation der Auswertung der offenen Fragen	13
6.1	Offene Fragen zu negativen Erfahrungen im Museum	14
6.2	Kenntnisse und Informationen zum Ferdinandeum	16
6.3	Beweggründe zum Besuch des Ferdinandeums	18
7.	Literatur.....	19

veröffentlicht unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bvb:739-opus-21681>

Kontaktadresse:

Lehrprofessur für Methoden der empirischen Sozialforschung

Universität Passau

Email: Horst-Alfred.Heinrich@uni-passau.de

Vorwort

Die hier dokumentierte Fragebogenstudie entstand im Rahmen des Proseminars *Angewandte Methoden der Sozialwissenschaften* im Wintersemester 2009/10 am Institut für Soziologie der Karl-Franzens-Universität Innsbruck. Ohne die engagierte Bereitschaft der Teilnehmenden, sich mit erheblichem Arbeitsaufwand in die Veranstaltung einzubringen und die Befragung durchzuführen, wäre es nicht möglich gewesen, die vorgelegten Erkenntnisse zu realisieren. Es ist zu wünschen, dass die Studierenden durch diese anwendungsorientierte Übung vom Nutzen empirischer Sozialforschung überzeugt und zu weiteren Studien angeregt wurden.

Große Anerkennung gebührt dem Direktor des Tiroler Landesmuseums, Herrn PD Dr. Wolfgang Meighörner. Ohne seine Unterstützung wäre dieses Unternehmen nicht zustande gekommen. Zu danken ist weiterhin dem Deutschen Einkaufszentrum (DEZ) in Innsbruck, Herrn Dkfm. Hannes Hess, der die Befragung auf seinem Betriebsgelände zuließ.

1. Einleitung

Warum gehen manche Menschen ins Museum und andere wiederum nicht? Mutmassungen über die jeweiligen Motive gibt es viele und sie werden auch immer wieder geäußert. Die hohen Besuchszahlen bei Ausstellungen, die in den Leitmedien ein großes Echo auslösen, bringen Christoph Stölzl (1998: 334) zu der Annahme, die Interessierten treibe die Sehnsucht nach dem Alten, dem Echten, dem Überraschenden, dem Faszinierenden. Aus einer anderen Perspektive zieht Katharina Flügel (2005: 139) aus dem Publikumsansturm auf große Ausstellungen den Schluss, das Museum öffne sich mehr und mehr auch solchen Schichten, die bislang dieser Institution eher fern standen.

Derartige Urteile klingen plausibel und erscheinen daher überzeugend. Aus Sicht der empirischen Sozialforschung können die einzelnen Annahmen jedoch keineswegs als gesichert gelten. Beschreibt Stölzl mit seiner Vermutung tatsächlich das gesamte Spektrum an möglichen Motiven? Was wissen wir von den Ursachen, die Menschen vom Museumsbesuch abhalten? Und trifft Flügels Aussage zu den museumsfernen Besuchergruppen wirklich den empirischen Sachverhalt?¹ Was die Motive wie auch die Publikumszusammensetzung betrifft, gibt es auch Gegenmeinungen. So ist anzunehmen, dass Museen zunächst die Vorstellungen ihrer Kuratoren und Auftraggeber präsentieren (vgl. Gouriévidis 2000). Die Bevölkerung kann sich dadurch angesprochen fühlen. Es kann aber auch sein, dass nur Teile von ihr oder auch nur bestimmte politische Fraktionen in der Gesellschaft auf eine Museumspräsentation positiv reagieren (vgl. Beil 2005: 93ff.). So zeigt Karsten Stephan (2004: 131) anhand von Befragungsdaten, dass Besucherinnen und Besucher häufig in solche Ausstellungen gehen, die ihren Erwartungen und Einstellungen entsprechen. Schließlich sollten auch solche Häuser in die Überlegung einbezogen werden, die eben nicht mittels prominenter oder einmaliger Objekte auf sich aufmerksam machen können. Offensichtlich sind sie weder für museumsnahe noch für ferne Schichten interessant. Als Gründe dafür werden die ungünstige Lage oder die geringe Größe eines Hauses genannt (vgl. Göpfert 2010).

Weil die meisten dieser Überlegungen allein auf Augenscheinurteilen beruhen, ist Skepsis angebracht, inwieweit sie tatsächlich die empirische Wirklichkeit widerspie-

¹ Düspohl (2007) diskutiert die Sozialstruktur des Museumspublikums und damit zusammenhängende Fragen nach angemessenen Präsentationsformen sowie musealen Lehr- und Lernkonzepten.

geln. Gesicherte Erkenntnis haben wir nicht, wie wir auch nicht über ein geeignetes Messinstrument verfügen, mit dem wir die angesprochenen Sachverhalte überprüfen könnten.

Um diesen Mängeln abzuhelpfen, wurde im Winter 2009/10 am Soziologischen Institut der Universität Innsbruck in Zusammenarbeit mit dem Tiroler Landesmuseum eine Bevölkerungsumfrage zum Themenbereich Museumsbesuch durchgeführt. Ziel der Studie war es in erster Linie, ein Messinstrument zu entwickeln, das Einstellungen und Motive zum Museum abbildet. Weil bislang keine validierten Skalen vorliegen, wurde mit einer Reihe von offenen Fragen gearbeitet, ergänzt durch einzelne geschlossene Items, die positive beziehungsweise negative Einstellungen zum Museumsbesuch erfassen sollen.

Nachfolgend werden zunächst einige vorläufige theoretische Überlegungen skizziert. Im Zentrum dieser Publikation stehen methodische Aspekte zur Fragebogenentwicklung und dem Umfragedesign. Als Basis für weitergehende Analysen werden in zwei Ergebnisteilen die Antworten auf die offenen Fragen kategorisiert und die Häufigkeiten der geschlossenen Items in Bezug auf die einzelnen Skalenausprägungen dokumentiert. Damit sind im Falle von Instrumentreplikationen Vergleiche zwischen den Stichproben etwa hinsichtlich Mittelwerten und Standardabweichungen möglich.

2. Theoretische Überlegungen

Einführungen zur Museologie (Flügel 2005; Vieregg 2006) stellen in der Regel auch theoretische Ansätze zu diesem Fachgebiet vor. Deren Rekonstruktion (vgl. Schmidt et al. 1997) macht jedoch deutlich, dass durchgängig normative Ansprüche formuliert werden, denen zufolge das Museum bestimmte gesellschaftliche Aufgaben zu erfüllen habe. Außerdem folgen aus diesen Ansprüchen bestimmte Präsentationsformen. Wird demgegenüber davon ausgegangen, dass Theorie soziale Sachverhalte erklären soll und dementsprechend Ursache- und Wirkungsvariablen definiert, sie aus Axiomen ableitet und dann in einen Zusammenhang bringt (vgl. Opp 1999), stellt sich die Aufgabe, nach diesen Größen zu fragen.

In Bezug auf das gewählte Forschungsfeld sei vorab eine zentrale Einschränkung gemacht. Es wird von der Unmöglichkeit ausgegangen, eine den gesamten Wissenshorizont zum Museumsbereich erklärende geschlossene Theorie zu formulieren. Gegen eine solche Vorstellung sprechen auf Mikro- wie Makroebene die sehr unter-

schiedlichen Variablentypen, die für ihre Fundierung eines je spezifischen axiomatischen Rahmens bedürfen. So gründen sich Annahmen zur Präsentation und damit zur unterstellten Wirkung von musealen Objekten auf andere Theorietraditionen als Überlegungen zu Einstellungen zum Museum. Da es im Rahmen der vorliegenden Studie um die Bereitschaft zum Museumsbesuch geht, folglich Verhaltensintentionen erfasst werden sollen, stützt sich die vorläufige Theorieskizze auf grundlegende Erkenntnisse zu Einstellungen (vgl. Rosenberg/Hovland 1960; Zanna/Rempel 1988; Eagly/Chaiken 1998). Eine Einstellung setzt sich danach aus einer kognitiven, einer emotionalen, einer evaluativen sowie einer behavioralen Komponente zusammen.

Die Bereitschaft zu einem konkreten Verhalten, hier dem Museumsbesuch, ist somit von einer ganzen Reihe von Variablen abhängig. Im einzelnen lässt sich momentan aber weder sagen, welche von ihnen an der Ausbildung dieser Einstellung beteiligt sind, noch mit welcher Gewichtung sie zu der entsprechenden Disposition beitragen. Auf der Ebene von Augenscheinvalidität ist anzunehmen, dass Wissen über ein Museum sowie frühere Erfahrungen mit einhergehenden Bewertungen und generalisierte Einstellungen zum Tragen kommen. Um den Einfluss dieser Variablen zu testen, wurde in der Innsbrucker Studie explorativ nach Erfahrungen und deren Bewertung gefragt. Es wird unterstellt, dass aus negativer Erfahrung eine geringere Bereitschaft zum Museumsbesuch resultiert (H_1). Zu einem ähnlichen Ergebnis sollten ablehnende generalisierte Einstellungen zum Museum führen (H_2). Dem Hypothesentest wird hier allerdings keine Bedeutung zugemessen. Statt dessen geben die Hypothesen einen Rahmen vor, mit dem es möglich ist, sowohl Erfahrungen als auch Einstellungen näher zu spezifizieren, um in Folgestudien den jeweiligen Effekt der Arten von Erfahrung und von Einstellung in Bezug auf die Besuchsbereitschaft bestimmen zu können.

3. Fragebogenentwicklung

Der Fragebogen wurde eigens für diese Untersuchung in Zusammenarbeit mit dem Tiroler Landesmuseum entwickelt, weil bislang kein standardisiertes Instrument vorliegt. Grob gliedert er sich in Items zur Demographie und zum bestehenden Erfahrungsschatz hinsichtlich Museen. Es folgen Frageblöcke, die sich konkret auf das Ferdinandeum in Innsbruck beziehen und zwar zur Besuchsabsicht, zum Wissen über das Museum sowie zu generalisierten Einstellungen.

Zum Beginn des Interviews hatten die Interviewer den Befragungsort festzuhalten.

Vorab war davon ausgegangen worden, dass am DEZ (Deutsches Einkaufszentrum) Bevölkerung aus Stadt und Region erfasst wird, während am Goldenen Dachl eher Touristen interviewt werden können.

Zur Demographie gehören Fragen zu Wohnort, Geschlecht, Alter und Bildung. Hinsichtlich der erstgenannten Variablen ist bei Personen aus Innsbruck von der Bekanntheit der örtlichen Museen auszugehen. Was die anderen drei Variablen betrifft sollten zumindest bei Alter und Bildung je nach Ausprägung Differenzen im Antwortverhalten messbar sein. So dürfte es beim Interesse für Ausstellungen Unterschiede in Abhängigkeit vom Schulabschluss geben. Auf der Basis von Wahrscheinlichkeitsüberlegungen haben wiederum Ältere eine größere Chance, Erfahrungen mit Museen gemacht zu haben, was sich dann in anderen Einstellungen niederschlagen sollte. Fraglos handelt es sich bei den beschriebenen Annahmen um implizite Ad hoc-Hypothesen. Da es aber nach wie vor keine überzeugenden Theorien weder zum Alter noch zur Bildung gibt (vgl. Heinrich 2002), dienen diese Variablen hier sowohl zur Validitätskontrolle als auch zur Theorieentwicklung.

Im ersten Inhaltsblock des Fragebogens werden mittels offener Fragen die vorhandenen Erfahrungen mit Museen und Ausstellungen erfasst. Über eine Filterfrage werden die Befragten zunächst nach solchen unterschieden, die noch nie im Museum waren, und solchen, die diese Erfahrung schon gemacht haben. Für letztere wird die Häufigkeit des Museumsbesuchs im vergangenen Jahr abgefragt, um später Gruppen nach der Häufigkeit des Museumsbesuchs bilden zu können, was Rückschlüsse auf Interesse zulässt. Des Weiteren werden die Interviewten um Auskunft über negative Erfahrungen gebeten. Hierbei geht es darum, jenes Haus zu benennen, in dem die Erfahrung gemacht wurde, und die einzelne Erfahrung dann zu spezifizieren. Außerdem soll geklärt werden, ob dieser negativ bewertete Besuch allein beziehungsweise in Begleitung mit anderen gemacht wurde und wie alt die Person damals war. In Anlehnung an die Theorie geplanten Verhaltens (vgl. Ajzen 1991) zielt die Überlegung, diese Items aufzunehmen, darauf ab, dass sich negative Erfahrungen auf die Bereitschaft zu einem erneuten Museumsbesuch auswirken.

Die weiteren Fragen widmen sich der Innsbrucker Museumsszene. Die Interviewten sollen angeben, welches der Museen Sie schon einmal besuchten und ob sie absehbar einen Besuch planen. Anschließend wird das Wissen über das Ferdinandeum geprüft, um in Erfahrung zu bringen, ob Name, Lokalität und Angebot bekannt sind.

Ergänzt wird dieser Itemkomplex durch eine Frage nach den Informationsquellen, durch die die Interviewten ihr Wissen beziehen, und nach einem attraktiven Angebot, aufgrund dessen sie bereit wären, das Ferdinandeum zu besuchen.

Im letzten Teil des Interviewbogens wurden die Befragten mit einer Reihe von geschlossenen Items konfrontiert, um Einstellungen zu erfassen. Auch hier führt die fehlende theoretische Untermauerung zu der Einschränkung, dass keine Hypothesen getestet werden können. Statt dessen lassen sich explorativ jene Bereiche eruieren, die für Einstellungen zum Museum wichtig sein können. Gefragt wird nach Bewertung von, Wichtigkeit des und Interesse für das Museum. Außerdem wird den Interviewten die Möglichkeit gegeben, ihre Einstellung zu Gründen kundzutun, die gegen einen Museumsbesuch sprechen.

In der vorliegenden Konzeption sollte es der Fragebogen insbesondere der großen Anzahl offener Fragen wegen erlauben, das Forschungsfeld einzugrenzen und die Dimensionen hinsichtlich Einstellungen zu Museen und Motivationen zu deren Besuch erfassbar zu machen.

4. Umfragedesign

Da die Untersuchung im Rahmen eines universitären Seminars durchgeführt wurde, sind Vorteile wie auch Einschränkungen zu berücksichtigen, die sich aus diesem Umstand ergeben. Der zentrale positive Aspekt ist unzweifelhaft die Nutzung einer beträchtlichen personellen Ressource. Die Durchführung der Interviews war als Teil der für die Veranstaltung zu erbringenden Arbeitsleistung deklariert, weshalb 26 Interviewerinnen und Interviewer zur Verfügung standen. Deren Motivation kann als hoch angesehen werden, weil alle am Beginn ihres sozialwissenschaftlichen Studiums standen und das Proseminar als Gelegenheit betrachteten, mit ihrer Tätigkeit einen konkreten Einblick in empirisches Arbeiten zu erhalten. Ungeachtet dessen war es im Rahmen der Umfragekonzeption notwendig, möglichen Frustrationen vorzubeugen, die sich ansonsten über finanzielle Anreize mindern lassen, um Fälschungen durch die Interviewerinnen und Interviewer auszuschließen (vgl. Koch 1995). Auf die einzelnen Beschränkungen wird im folgenden detailliert eingegangen.

Aufgrund des explorativen Charakters der Studie war von vornherein auf die Durchführung einer repräsentativen Untersuchung verzichtet worden. Das Interesse der Museumsleitung war, Näheres über die Gruppe der Nicht-Besucher in Erfahrung zu

bringen. Das potentielle Zielpublikum umfasst somit die Bevölkerung Innsbrucks und der näheren Umgebung wie auch Touristen. Eine repräsentative Erhebung ist unter diesen Bedingungen schon deshalb nicht möglich, weil sich eine Grundgesamtheit nicht definieren lässt. Um dennoch Personen aus den beiden genannten Gruppen für eine Befragung rekrutieren zu können, wurden mit dem DEZ und dem Goldenen Dachl zwei Standorte ausgewählt, an denen sich mit hoher Wahrscheinlichkeit im ersten Fall lokale Bevölkerung, im zweiten Touristen weitgehend getrennt erfassen lassen sollten.

Um nicht völlige Willkür bei der Auswahl der Zielpersonen walten zu lassen, wurden die Studierenden angewiesen, die jeweils zu befragende Person nach Zufallszahlentabelle zu bestimmen und dann anzusprechen. Im Ergebnis konnten 105 Interviews realisiert werden. 44,8% der Befragten waren am Goldenen Dachl, 55,2% am DEZ angesprochen worden. Von allen stammen knapp 83% aus Innsbruck und dem Umland. Die Ursprungsannahme, am Dachl seien besser Touristen, am DEZ besser lokale Bevölkerung zu befragen, ist nicht aufrechtzuerhalten, weil die in Kapitel 5 genannten Prozentanteile für die Merkmalsausprägungen zum Wohnort in beiden Gruppen weitgehend gleich sind.² Allerdings ist nicht auszuschließen, dass die Studierenden ungeachtet der Vorgaben der Zufallszahlentabelle fehlender Sprachkompetenz wegen Ausländer bewusst ignorierten.

Von allen Befragten sind 54,3% Frauen und 45,7% Männer. Die Altersspanne der Befragten liegt zwischen den Geburtsjahrgängen 1919 und 1995. Der Median liegt beim Jahrgang 1979, das arithmetische Mittel zwischen 1970 und 1971,³ die Standardabweichung beträgt 19,55 Jahre. Die Prozentanteile für die einzelnen Bildungsabschlüsse sind in der Fragebogendokumentation in Kapitel 5 aufgelistet. Mit fast 65% ist der Anteil der Personen mit Matura überproportional hoch. Selbstselektionseffekte sind von daher nicht auszuschließen. Hierbei könnte eine Rolle gespielt haben, dass sich die Interviewer als Studierende der Universität vorstellten, was eventuell zu einem Abschreckungseffekt bei Personen mit niedrigem Bildungsgrad geführt haben kann. Außerdem wiesen zwei Seminarteilnehmer darauf hin, dass Zielpersonen abwehrend reagierten, nachdem sie, wie im Ansprachetext vorgegeben, das Umfrage-thema *Museum* erfahren hatten. Zukünftig wäre zu prüfen, ob es hier tatsächlich zu

² Test auf Gleichverteilung: $\chi^2=1,166$ bei $df=3$, $p=,761$.

³ Arithmetisches Mittel für Geburtsjahr: 1970,733.

überzufälligen Ausfällen gekommen ist.

5. Dokumentation des Fragebogens mit Häufigkeitsauszählung

Auf den folgenden Seiten wird der dem Survey zugrundeliegende Fragebogen abgedruckt. Für die numerischen Variablen sind jeweils die relativen Häufigkeiten der einzelnen Merkmalsausprägungen zusammen mit den *missing values* aufgeführt.

Passantenumfrage zu Museumsbesuchen Innsbruck 2009		Seite 1
Formulierungsvorschlag für Ansprache:		
Guten Tag/Grüß Gott, ich bin Student/in und mache im Rahmen eines Seminars eine Befragung zu Museen. Wären Sie bereit, mir ein paar Fragen zu beantworten. Vielen Dank für Ihre Teilnahme!		
Nur auf Rückfrage:		
Datenschutz: Daten bleiben anonym, können nicht auf Person rückgeschlossen werden; Datenschutzgesetze werden beachtet;		
Verantwortlich: PD Dr. Horst-Alfred Heinrich; erreichbar über: 0512 507 7301		
Nr. Item	Fragebogennr.:	
1	[Befragungsort festhalten] Goldenes Dachl [1] (44,8 %) DEZ [2] (55,2 %)	
2	[ohne Nachfrage !!!]: Person ist? weiblich [1] (54,3 %) männlich [2] (45,7 %)	
Zunächst hätte ich gern ein paar Angaben zu Ihrer Person.		
3	Sie leben in... Innsbruck [1] (48,6 %) Tirol [2] (34,3 %) anderes Bundesland [3] (7,6 %) Ausland [4] (9,5 %)	
4	Sie sind in welchem Jahr geboren? 19_____	
5	Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie? [Abschlüsse nicht vorlesen; nur wenn FH-Reife/Abitur nach möglichem Folgeabschluss fragen; wenn Student => Abitur] noch Schüler [11] (5,7 %) Ohne Abschluss [12] (1,0 %) Volks-/Hauptschulabschluß [13] (12,4 %) Realschule/Mittlere Reife [14] (3,8 %) Fachhochschulreife [15] (0,0 %) Matura/Abitur [16] (41,9 %) Fachhochschulabschluss [17] (8,6 %) Universitätsabschluss [18] (8,6 %) abgeschl. Lehre [19] (14,3 %) anderer Abschluss [20] (3,8 %)	

Fragebogen (Forts.1)

	Im Folgenden wüsste ich gern Näheres über Ihre Erfahrungen mit Museen.																					
6	<p>Waren Sie in Ihrem Leben schon einmal in einem Museum?</p> <p style="text-align: right;">ja [1] (98,1 %)</p> <p style="text-align: right;">nein [0] (1,9 %)</p> <p style="text-align: right;">wenn „nein“ ==></p>	weiter m. F 14																				
7	<p>Wie häufig waren Sie dieses Jahr in einem Museum? [] mal</p> <p><i>Missing values: 3</i></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">0 mal: 30,4 %</td> <td style="width: 50%;">6 mal: 2,9 %</td> </tr> <tr> <td>1 mal: 23,5 %</td> <td>9 mal: 1,0 %</td> </tr> <tr> <td>2 mal: 16,7 %</td> <td>10 mal: 2,9 %</td> </tr> <tr> <td>3 mal: 10,8 %</td> <td>11 mal: 1,0 %</td> </tr> <tr> <td>4 mal: 4,9 %</td> <td>30 mal: 1,0 %</td> </tr> <tr> <td>5 mal: 3,9 %</td> <td>50 mal: 1,0 %</td> </tr> </table>	0 mal: 30,4 %	6 mal: 2,9 %	1 mal: 23,5 %	9 mal: 1,0 %	2 mal: 16,7 %	10 mal: 2,9 %	3 mal: 10,8 %	11 mal: 1,0 %	4 mal: 4,9 %	30 mal: 1,0 %	5 mal: 3,9 %	50 mal: 1,0 %									
0 mal: 30,4 %	6 mal: 2,9 %																					
1 mal: 23,5 %	9 mal: 1,0 %																					
2 mal: 16,7 %	10 mal: 2,9 %																					
3 mal: 10,8 %	11 mal: 1,0 %																					
4 mal: 4,9 %	30 mal: 1,0 %																					
5 mal: 3,9 %	50 mal: 1,0 %																					
8	<p>Hatten Sie jemals negative Erfahrungen mit Museen?</p> <p><i>Missing values: 3</i></p> <p style="text-align: right;">ja [1] (34,3 %)</p> <p style="text-align: right;">Nein [0] (65,7 %)</p> <p style="text-align: right;">wenn „nein“ ==></p>	weiter m. F 13																				
9	<p>Wenn ja, welches Museum fällt Ihnen da als erstes ein?</p> <p>_____</p>																					
10	<p>Was war negativ?</p> <p>_____</p>																					
11	<p>Mit wem sind Sie in dieses Museum gegangen?</p> <p>_____</p>																					
12	<p>Wie alt waren Sie damals ungefähr? _____ Jahre</p> <p><i>Missing values: 73</i></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">10 Jahre: 6,3 %</td> <td style="width: 50%;">25 Jahre: 6,3 %</td> </tr> <tr> <td>12 Jahre: 3,1 %</td> <td>35 Jahre: 3,1 %</td> </tr> <tr> <td>13 Jahre: 3,1 %</td> <td>37 Jahre: 3,1 %</td> </tr> <tr> <td>14 Jahre: 9,4 %</td> <td>43 Jahre: 3,1 %</td> </tr> <tr> <td>16 Jahre: 3,1 %</td> <td>45 Jahre: 3,1 %</td> </tr> <tr> <td>17 Jahre: 6,3 %</td> <td>50 Jahre: 3,1 %</td> </tr> <tr> <td>18 Jahre: 9,4 %</td> <td>60 Jahre: 3,1 %</td> </tr> <tr> <td>19 Jahre: 15,6 %</td> <td>65 Jahre: 6,3 %</td> </tr> <tr> <td>20 Jahre: 6,3 %</td> <td>69 Jahre: 3,1 %</td> </tr> <tr> <td>24 Jahre: 3,1 %</td> <td></td> </tr> </table>	10 Jahre: 6,3 %	25 Jahre: 6,3 %	12 Jahre: 3,1 %	35 Jahre: 3,1 %	13 Jahre: 3,1 %	37 Jahre: 3,1 %	14 Jahre: 9,4 %	43 Jahre: 3,1 %	16 Jahre: 3,1 %	45 Jahre: 3,1 %	17 Jahre: 6,3 %	50 Jahre: 3,1 %	18 Jahre: 9,4 %	60 Jahre: 3,1 %	19 Jahre: 15,6 %	65 Jahre: 6,3 %	20 Jahre: 6,3 %	69 Jahre: 3,1 %	24 Jahre: 3,1 %		
10 Jahre: 6,3 %	25 Jahre: 6,3 %																					
12 Jahre: 3,1 %	35 Jahre: 3,1 %																					
13 Jahre: 3,1 %	37 Jahre: 3,1 %																					
14 Jahre: 9,4 %	43 Jahre: 3,1 %																					
16 Jahre: 3,1 %	45 Jahre: 3,1 %																					
17 Jahre: 6,3 %	50 Jahre: 3,1 %																					
18 Jahre: 9,4 %	60 Jahre: 3,1 %																					
19 Jahre: 15,6 %	65 Jahre: 6,3 %																					
20 Jahre: 6,3 %	69 Jahre: 3,1 %																					
24 Jahre: 3,1 %																						

Fragebogen (Forts.2)

13	<p>In welchem der Innsbrucker Museen waren Sie schon einmal? (N=105)</p> <p>[Mehrfachnennungen möglich]</p> <p>Ferdinandeum (Tiroler Landesmuseum) (41,9 %)</p> <p>Zeughaus (37,1 %)</p> <p>Volkskunstmuseum (17,1 %)</p> <p>Schloß Ambras (17,1 %)</p> <p>Berg Isel (Riesenrundgemälde) (15,2 %)</p> <p>Hofburg (12,4 %)</p> <p>Goldenes Dachl (Maximilianeum) (10,5 %)</p> <p>Kaiserjägermuseum (Andreas-Hofer-Museum) (5,7 %)</p> <p>Hofkirche (Schwarzmander) (4,7 %)</p> <p>Stadtdom (2,9 %)</p> <p>Wattens / Svarowski-Kristall-Museum (1,9 %)</p> <p>verschiedene Galerien (1,0 %)</p> <p>Taxispalais (1,0 %)</p> <p>Stift Wilfen (1,0 %)</p> <p>Hungerburg (1,0 %)</p> <p>anatomisches Museum (1,0 %)</p> <p>in allen (3,8 %)</p> <p>weiß nicht (1,9 %)</p> <p>keine Antwort (1,9 %)</p> <p>nicht zu entziffern (ID 81: Schw. M. Amr.) (1,0 %)</p>	
14	<p>Planen Sie absehbar in eines der Innsbrucker Museen zu gehen?</p> <p>ja [1] (41,0 %)</p> <p>nein [0] (59,0 %)</p> <p>wenn „nein“ ==></p>	 weiter m. F 16
15	<p>Welches der Innsbrucker Museen wird das sein? (N=43)</p> <p>[Mehrfachnennungen möglich]</p> <p>Ferdinandeum (Tiroler Landesmuseum) (34,9 %)</p> <p>Volkskunstmuseum (20,9 %)</p> <p>Goldenes Dachl (6,9 %)</p> <p>Zeughaus (4,7 %)</p> <p>Berg Isel (4,7 %)</p> <p>Lange-Nacht-der-Museen (4,7 %)</p> <p>Hofburg (2,3 %)</p> <p>Krippenmuseum (2,3 %)</p> <p>Glockengießmuseum (2,3 %)</p> <p>Stadtführung (2,3 %)</p> <p>hängt vom Angebot ab (2,3 %)</p> <p>weiß nicht (4,7 %)</p> <p>in keines (2,3 %)</p> <p>keine Angabe (4,7 %)</p>	

Fragebogen (Forts.3)

16	Haben Sie schon einmal vom Tiroler Landesmuseum Ferdinandeum gehört? <i>Missing values: 1</i> ja [1] (88,5 %) nein [0] (11,5 %) wenn „nein“ ==>	◀	weiter m. F 20
17	Wo befindet sich das Ferdinandeum in Innsbruck? (N=92) richtig (73,9 %) falsch (5,4 %) weiß nicht (6,5 %) nicht zu kodieren (ja, ?) (3,3 %) keine Angabe (10,9 %)		
18	Was wissen Sie über das Ferdinandeum in der Museumsstraße? Falls keine Information zum Ferdinandeum genannt werden ==>		weiter m. F 20
19	Woher haben Sie die Information über das Ferdinandeum? _____		
20	Was könnte Sie locken, absehbar ins Ferdinandeum hineinzugehen? _____	◀	
	In welchem Ausmaß beurteilen Sie die folgenden allgemeinen Aussagen?		
21	Wie bewerten Sie die Einrichtung <i>Museum</i> insgesamt? <i>Missing values: 1</i> In %: 0 1,9 2,9 10,6 18,3 33,7 32,7 negativ -3 -2 -1 0 +1 +2 +3 positiv		
22	Museen interessieren mich... <i>Missing values: 1</i> In %: 2,9 10,6 8,7 23,1 26,0 11,5 17,3 Überhaupt nicht 1 2 3 4 5 6 7 sehr		
23	Für Museen ist mir mein Geld zu schade. <i>Missing values: 1</i> In %: 35,6 15,4 13,5 13,5 7,7 8,7 5,8 stimme über- haupt nicht zu 1 2 3 4 5 6 7 stimme voll und ganz zu		

derung des Desinteresses an dieser Institution für eine Auswertung handhabbar zu machen (vgl. Kelle/Kluge 1999). Da die Kategorisierung notwendig mit Informationsverlust einhergeht, das Datenmaterial somit verändert wird, erfolgt hier die Dokumentation dieses Vorgangs, um den Prozess der Informationsreduktion intersubjektiv nachvollziehbar zu gestalten.

Im ersten Schritt des Kategorisierungsprozesses wurden die gegebenen Antworten zu den einzelnen offenen Fragen von der Forscherin und dem Forscher unabhängig voneinander jeweils inhaltlich ähnlichen übergeordneten Sinneinheiten zugeordnet. Die dabei entwickelten Kategorien wurden anschließend abgeglichen. Bei fehlender Übereinstimmung (Zuordnung zu je anderen Kategorien oder auch Vergabe unterschiedlicher Oberbegriffe) fand eine Diskussion mit dem Ziel statt, zu einer einvernehmlichen Lösung zu kommen. Letztere konnte in allen Zweifelsfällen unabhängig vom Status der beiden Beteiligten erreicht werden.

6.1 Offene Fragen zu negativen Erfahrungen im Museum

In der folgenden Auflistung werden die negativen Erfahrungen, die die Befragten assoziierten, zu übergeordneten Kategorien zusammengefasst. Von 44 Befragten (41,9% von allen Befragten), die eine negative Erfahrung erinnerten, konkretisierten 33 (75 %) dieses Erlebnis. Tab. 1 reduziert die gegebenen Antworten auf fünf Kategorien (plus Kategorie für keine Angabe). Doppelkodierungen pro Fall sind möglich, da mehr als ein Begriff genannt werden konnte.

Tab.1: Erfahrungskategorien für negative Erlebnisse im Museum (N=44)

(In Klammern sind jeweils die genannten Begriffe hinzugefügt)

	abs.	rel. bezogen auf neg. Erfahrung
Grund negativer Erfahrung		
langweilig (langweilig;uninteressant;eigenes Desinteresse)	11	25,0 %
Führung (Führung; schlechte Führung; Führung war dem Thema nicht angemessen; fachliche Kompetenz des Führers war schlecht; 1h langweiliger Vortrag)	7	15,9 %

Tab.1 (Forts.): Erfahrungskategorien negative Erlebnisse

Organisation (Eingang nicht gefunden; unhöfliches Personal; zu warme Temperatur; 7 km lang; unübersichtlich, chaotisch; am Boden sitzend, zu wenig Sitzmöglichkeiten; Preis, zu teuer, oft nicht billig)	6	13,6 %
Kritik an Ausstellung (zu klein, schlechte Ausstellung; abstrakte Skulpturen; moderne Kunst gefällt mir nicht; Ausstellung sagte mir nicht zu, moderne Kunst; zu viele Eindrücke)	5	11,3 %
Andrang (zu viele Besucher - sind nicht hineingegangen; überfüllt; zu voll; ewig stehen)	4	9,0 %
keine Angabe (nichts)	11	25,0 %

Da die negative Erfahrung einer Zwangssituation verschuldet sein kann, wurden die Befragten gebeten, sich dazu zu äußern, mit wem sie damals im Museum waren. Auch hier kam es zu Mehrfachnennungen. Zudem liess sich ein Begriff nicht zuordnen. Tab.2 enthält die Klassifizierungen für die einzelnen Personengruppen.

Tab.2: Personengruppen, in deren Beisein die negative Erfahrung im Museum gemacht wurde (N=44)

(In Klammern sind jeweils die genannten Begriffe hinzugefügt)

Art der Begleitperson(en)	abs.	rel. bezogen auf neg. Erfahrung
Schulklasse	11	25,0 %
Freund/Freundin	8	18,2 %
Angehörige (Ehemann/Ehefrau; Familie)	8	18,2 %
andere Gruppen (Feriengruppe; Seminargruppe; Jahrgangsausflug)	3	6,8 %
allein	3	6,8 %
unklare Zuordnung (mit Militär bzw. mit Freund)	1	2,3 %
keine Angabe	10	22,7 %

6.2 Kenntnisse und Informationen zum Ferdinandeum

Die Innsbrucker Museen, die die Befragten schon kennen, sind bereits oben in der Dokumentation der Ergebnisse der standardisierten Items gelistet. Nachfolgend wird in Tab.3 die Typologie zum Wissen über das Ferdinandeum präsentiert. Auch hier waren Doppelnennungen möglich. Das Wissen um das Ferdinandeum wurde in fünf Kategorien zusammengefasst. Von allen 105 Befragten hatten 92 mitgeteilt, sie hätten bereits vom Ferdinandeum gehört. Sie bilden die Basis für die Auszählung in Tab.3.

Tab.3: Typologie zum Wissen über das Ferdinandeum (N=92)

Wissen über Ferdinandeum	abs.	rel. (bezogen auf Kenntnis über F.)
Ausstellungen und Ausstellungsstücke	44	47,8 %
- Hofer	7	
- Ausstellungen generell (immer wieder neue A.; verschiedene Themasausstellungen)	5	
- Lienz	1	
- regionale Künstler	1	
- offenes Atelier	1	
- Schmetterlinge	2	
- Biber	1	
- Dauerausstellung	1	
- Nitschbild	1	
- alte Gewehre	1	
- van Gogh	1	
- Kunst, Bilder	1	
- Archäologie Ausgrabungen	2	
- Tiroler Maler	1	
- verschiedene zeitliche Abteilungen	1	
- bedeutsame Objekte	1	
- Kunst & Kultur (kunstgeschichtl. Gegenstände; Kultur, Tradition, Trachten)	4	
- alte Dinge	3	
- umfassend (es gibt alles; sehr vieles)	3	
- moderne Sachen	1	

Tab.3 (Forts.): Typologie Wissen Ferdinandeum

Organisation	14	15,2 %
- Museumstyp (histor.M., Landesmuseum)	4	
- Vorträge	1	
- Größe	2	
- Neueröffnung	1	
- politische Diskussionen (Konzept & Leitung; Entlassung, neue Leitung)	2	
- Gründung (Ferdinand)	1	
- steuerliche Finanzierung	1	
- Keller, Gänge	1	
- Forschung	1	
nichts (nicht viel; ?; habe keine Information)	19	20,7 %
nicht einzuordnen (Zeitung, Info // optische Darstellung, wenn die gesamte Zeit ein Tag wäre neu)	3	3,3 %
keine Angabe	12	13,0 %

Insgesamt nannten die 58 Befragten, die ihre Kenntnisse zum Ferdinandeum preisgaben, zehn Informationsquellen, denen sie ihr Wissen über das Ferdinandeum verdanken. Mehrfachnennungen waren auch hier möglich.

Tab.4: Informationsquellen zum Ferdinandeum (N=58)

(In Klammern sind jeweils die genannten Begriffe hinzugefügt)

Informationsquelle	abs.	rel. (bezogen auf Personen mit Kenntnis über F.)
Museumsbesuch (aus dem Museum; persönliche Erfahrung; interessante Ausstellungen)	9	15,5 %
Tageszeitung (allgemein; Stadtblatt; Tiroler Tageszeitung)	7	12,1 %
Plakataushänge (Anschläge; Werbung an Museumsfassade)	7	12,1 %
andere Personen/Institutionen (Verwandte; Bekannte/Freunde; Arbeitskollegen; Schule)	7	12,1 %
Medien	5	8,6 %
Internet	5	8,6 %
Vorbeigehen	4	6,9 %

Tab.4 (Forts.): Informationsquellen Ferdinandeum

Hörensagen	2	3,4 %
Werbung	1	1,7 %
Lange Nacht der Museen	1	1,7 %
weiß nicht	1	1,7 %
nicht zuzuordnen (eigene Annahme; Interesse, selber Malerin; Allgemeinbildung; Quizfragen; schon immer; sie war da)	6	10,3 %
keine Angabe	3	5,1 %

6.3 Beweggründe zum Besuch des Ferdinandeums

Zusammengefasst nannten die Befragten 14 Gründe, die sie veranlassen könnten, das Ferdinandeum aufzusuchen. Auch hier gab es Mehrfachnennungen.

Tab.5: Beweggründe zum Besuch des Ferdinandeums (N=104)

(In Klammern sind jeweils die genannten Begriffe hinzugefügt)⁴

Beweggründe	abs.	rel.
Ausstellungsstücke (Sonderausstellung; Impressionismus; weltweit anerkannte Künstler; Mittelalter; Tiroler Maler; seltene Ausstellungen; Ausstellung wie „Mona Lisa“; Thema der Ausstellung; interessantes Thema; interessante Ausstellung; temporäre Ausstellung; gute Ausstellung; neue Ausstellung; Mineralienausstellung; Ausstellung über österr. Künstler; Weltraumausstellung; andere Ausstellung; aktuelle Ausstellung; tolle Ausstellung; Spezialausstellung; Kunstaussstellung; Nitsch; moderne Kunst; Waffen, Ritter, Technik; bekannte Kunstwerke; Geschichte; moderne Kunst)	54	51,9 %
Zeit	4	3,8 %
räumliche Lage	1	1,0 %
Wünsche (mehr über die Geschichte in Erfahrung zu bringen (an sich selber; Verf.); wenn man aktiv mitarbeiten könnte; frei zugängliches Kaffee (gemütlicher))	3	2,9 %
Lange Nacht der Museen (Gratisführung; Tag der offenen Tür; Gratis Eintritt; Rabatt für Studenten)	4	3,8 %

⁴ Kommentar zur Kategorie „Lange Nacht der Museen“: Die vier Nennungen fanden bei ein und derselben Person statt und wurden insgesamt nur ein mal kodiert.

Tab.5 (Forts.): Beweggründe Ferdinandeum

Rahmenprogramm	1	1,0 %
Interesse	3	2,9 %
Werbung (Angebotsinformation)	4	3,8 %
andere Personen/Institutionen (Frau und Tochter zwingen mich; Schule; wenn eines der Enkel möchte; Begleitung)	5	4,8 %
Negativkriterien (neue Ausstellung Hofer uninteressant; keine Andreas Hofer Ausstellung)	2	1,9 %
schlechtes Wetter	1	1,0 %
Angebot (hängt vom Angebot ab; interessantes Angebot; Spezialan- gebot)	3	2,9 %
Wissensbereicherung	1	1,0 %
nichts	7	6,7 %
weiß nicht	2	1,9 %
keine Angabe	5	4,8 %
nicht zuzuordnende Antworten (egal , Begleitung; ?; interessanter)	4	3,8 %

7. Literatur

- Ajzen, Icek, 1991: The theory of planned behavior. In: Organizational Behavior and Human Decision Processes 50, S. 179-211.
- Beil, Christine, 2005: Das mobilisierte Gedächtnis. Kriegsausstellungen in der Zwischenkriegszeit in Deutschland. In: Gottfried Korff (Hrsg.): KriegsVolksKunde. Zur Erfahrungsbindung durch Symbolbildung. (=Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen, Bd. 98) Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde, S. 87-116.
- Eagly, Alice H. und Shelly Chaiken, 1998: Attitude structure and function. In: Daniel T. Gilbert et al. (Hrsg.): The handbook of social psychology. 4.Aufl., Boston: McGraw-Hill, S. 269-322.
- Düspohl, Martin, 2007: Das Museum als sozialer Faktor. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 55, Nr. 49, S. 33-38 vom 3.12.2007.
- Flügel, Katharina, 2005: Einführung in die Museologie. Darmstadt: WB.
- Göpfert, Claus-Jürgen, 2010: Die Geduld des Egon Wamers. Für Frankfurts Chef-Archäologe ist das Maintor-Viertel die Chance seines Museums. In: Frankfurter Rundschau 66, Nr.7, S. D8 vom 9./10.1.2010.

- Gouriévidis, Laurence, 2000: Representing the disputed past of Northern Scotland: the Highland Clearances in museums. In: *History & Memory* 12, Nr. 2, S. 122-141.
- Haddock, Geoffrey und Mark P. Zanna, 1998: On the use of open-ended measures to assess attitudinal components. In: *British Journal of Social Psychology* 37, S. 129-149.
- Heinrich, Horst-Alfred, 2002: *Kollektive Erinnerungen der Deutschen. Theoretische Konzepte und empirische Befunde zum sozialen Gedächtnis*. Weinheim: Juventa.
- Kelle, Udo und Susann Kluge, 1999: *Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung*. Opladen: Leske+Budrich.
- Koch, Achim, 1995: Gefälschte Interviews: Ergebnisse der Interviewerkontrolle beim ALLBUS 1994. In: *ZUMA-Nachrichten* Nr. 36, S. 89-105.
- Rosenberg, Milton J. und Carl I. Hovland, 1960: Cognitive, affective and behavioral components of attitudes. In: dies. (Hrsg.): *Attitude organization and change: an analysis of consistency among attitude components*. New Haven: Yale 1960, S. 1-14.
- Schmidt, Peter et al., 1997: Modellierung und Dokumentation sozialwissenschaftlicher Theorien und Operationalisierungen mit dem ZUMA-Informationssystem (ZIS): Ein Systementwurf. In: *ZUMA-Nachrichten* Nr.41, S. 73-99.
- Schuman, Howard und Stanley Presser, 1981: *Questions and answers in attitude surveys: experiments on question form, wording and context*. 2. Aufl., Thousand Oaks: Sage 1996.
- Stephan, Karsten, 2004: Vernichtungskrieg oder Aufstand des Gewissens? AusstellungsbesucherInnen als Rezipienten geschichtspolitischen Handelns. In: Claudia Fröhlich und Horst-Alfred Heinrich (Hrsg.): *Geschichtspolitik. Wer sind ihre Akteure, wer ihre Rezipienten?* Stuttgart: Steiner, S. 119-131.
- Stölzl, Christoph, 1998: Kann man Geschichte ausstellen? In: Dieter Sauberzweig; Bernd Wagner und Thomas Rübke (Hrsg.): *Kultur als intellektuelle Praxis*. Hermann Glaser zum 70. Geburtstag. Essen: Klartext, S. 329-335.
- Vieregg, Hildegard, 2006: *Museumswissenschaften: eine Einführung*. Paderborn: Fink.
- Zanna, Mark P. und John K. Rempel, 1988: Attitudes: a new look at an old concept. In: Daniel Bar-Tal und Arie W. Kruglanski (Hrsg.): *The social psychology of knowledge*. Cambridge: Univ., S. 315-334.