

Rezension des Buches:

Hochmayr Cornelia, Kulturvermittlung am Linzer Schlossmuseum. Eine Positionsbestimmung. Linz 2006

Die Museen entdecken ihre Besucher. Diese erfreuliche Entwicklung zeichnet sich ja schon seit längerem ab. Besucherorientierung und Besucherservice dürfen in keiner Museums-Marketingstrategie mehr fehlen und Besucherbefragungen erweisen sich dabei als probates Mittel.

Marktwirtschaftliches Denken hält Einzug in unsere Museen. Die Kulturvermittlung, traditionell auf Zielgruppenzugänglichkeit ausgerichtet, kann von Besucheranalysen und -studien nur profitieren; bis jetzt zumindest. So nennt sich vorliegende Publikation im Untertitel auch „Eine soziologische Untersuchung der Zufriedenheit der BesucherInnen mit der Kulturvermittlung“.

Die Autorin

Die Autorin, Cornelia Hochmayr, ist Soziologin und verfasste die Studie als Diplomarbeit zu ihrem Studienschwerpunkt Kultur- und Mediensoziologie. Auch eine sehr erfreuliche Entwicklung, dass der Museumsbesucher nicht nur unter wirtschaftlichen Aspekten, sondern auch aus soziologischer Sicht unter die Lupe genommen wird. Cornelia Hochmayr hat aber auch selbst langjährige Erfahrung in Kunst- und Kulturvermittlung und arbeitete speziell in der Fragebogenerstellung eng zusammen mit Sandra Kotschwar, Leiterin der Kulturvermittlung am Linzer Schlossmuseum. Die Fragebögen waren besucherspezifisch für Erwachsene und SchülerInnen formuliert. Dabei konzentrierten sich die Fragen rein auf die Vermittlungsarbeit in ihren vielfältigen Formen von der traditionellen Führung bis zur zielgruppengerechten Aufbereitung der Ausstellungsinhalte und auf die Angaben zur Besucherstruktur. Der Bereich war eingegrenzt, die Fragen blieben überschaubar. Es wurde also nicht der gesamte Museumsbesuch, begonnen mit der Bequemlichkeit bei der Anreise bis zur Sauberkeit der Toiletten abgefragt. Schon damit unterscheidet sich diese spezifische Form der Befragung wohlthuend von vergleichbaren umfangreichen Machwerken professioneller Marktforschungsinstitute.

Die Studie

Neben zahlreichen aussagekräftig aufbereiteten und kommentierten Auswertungs-Diagramme aus der BesucherInnenbefragung enthält die Studie auch ExpertInneninterviews.

Die Befragung der BesucherInnen fand im Erhebungszeitraum von September bis Oktober 2005 in den beiden Ausstellungen: „Wie wir wohn(t)en. Alltagskultur seit 1945.“ und „Zum Staatsvertrag 1955“ statt. Hier stellte sich natürlich gleich die Frage; inwieweit diese beiden Ausstellungen repräsentativ für das Museum waren. Waren die BesucherInnen dieser beiden Ausstellungen typische „KundInnen“ des Linzer Schlossmuseums? Handelte es sich um

GelegenheitsbesucherInnen oder Stammgäste? 85% der befragten BesucherInnen hatten nur die Ausstellung „Alltagskultur seit 1945“ gesehen. So wie die Autorin auch ganz richtig dazu schreibt, muss bei der Auswertung der demografischen Daten beachtet werden, dass sich BesucherInnen von Sonderausstellungen vom Publikum der Dauerausstellungen in mehreren Aspekten unterscheiden. Diese Diskrepanz sollte auch bei der Betrachtung aller anderen erhobenen Daten nicht außer Acht gelassen werden, war doch der Befragungszeitraum relativ kurz und standen auch die gebotenen Ausstellungen mit dem hoch bejubelten Jubiläumsjahr 2005 in direkter Verbindung. Können damit von der Analyse der BesucherInnen dieser Ausstellungen Rückschlüsse auf die gesamte Struktur des Publikums des Linzer Schlossmuseums gezogen werden? Cornelia Hochmayr bemerkt dazu in ihrem Exkurs zur Besuchermotivation, dass die genaue Erforschung der Motive zu einem Museumsbesuch natürlich eine tiefgehende und längerfristige Besucherforschung erfordern. Doch in der vorliegenden Studie geht es ja in erster Linie um die Zufriedenheit der BesucherInnen mit der gebotenen Vermittlungsarbeit

Die Auswertungen der Zufriedenheitsanalyse fallen meist sehr positiv aus und bieten für Nicht-Eingeweihte wenig Überraschendes. Die MitarbeiterInnen des Hauses werden im Gegensatz zu mir natürlich das eine oder andere Ergebnis genauer betrachten. Interessant erschien mir unter dem Aspekt der „Kundenbindung“ aber folgendes Ergebnis, das ich heraus greife: Warum bestand so wenig (67%) Interesse an weiteren regelmäßigen Informationen zum Museum, wobei gleichzeitig die Wiederkommens- und Empfehlungsabsicht sich als überdurchschnittlich hoch (82% bzw. 72%) herausstellte?

Die Nachhaltigkeit

Zur Frage der Nachhaltigkeit hat Sandra Kotschwar sich freundlicherweise in einem persönlichen Gespräch zur Verfügung gestellt. Gleich zu Beginn hob sie die Unterstützung durch Direktor Assmann hervor, der auch das Vorwort zur Studie schrieb und selbst großes Interesse an dieser Arbeit zeigte.

Auch die Empfehlung von Cornelia Hochmayr für verstärkte Zusammenarbeit aller Abteilungen in Richtung Besucherorientierung – ein nicht gerade unbekanntes Problem in sicherlich vielen Museen – kam zur Sprache. Laut Sandra Kotschwar wurde mit der Diplomarbeit ein Prozess gestartet, in dem sich die Zusammenarbeit – gerade zwischen VermittlerInnen und KuratorInnen – intensiviert hat und weiterhin in eine sehr positive Richtung geht. Ich war begeistert. Darüber hinaus ist die Abteilung sowie auch das gesamte Museum ganz aktiv mit der besseren Zugänglichkeit seiner Sammlungen und Ausstellungen beschäftigt. Jeder Museumsbesucher, der nicht über Adlerraugen verfügt, kennt wahrscheinlich das leidige Problem mit der nicht immer gegebenen Lesbarkeit von Exponatebeschriftungen und Raumtexten. Und selbst dann, wenn die Schrift optimal gelesen werden kann, stehen dem Verständnis manchmal noch kleine Hürden in Form von ungebräuchlichen

Fachausdrücken und ausschweifenden Formulierungen entgegen. Das Museum reagiert darauf mit „Entschärfung der Objektbeschriftungen“, wie Sandra Kotschwar sagt. Das Team der Kulturvermittlung erarbeitete gemeinsam mit den KuratorInnen einen Leitfaden zu leichter lesbaren Formulierungen. Alle Texte in den kulturgeschichtlichen Sammlungen wurden vor deren Veröffentlichung von der Abteilung Kulturvermittlung auf Verständlichkeit geprüft.

Auf jeden Fall ist die vorliegende Studie lesenswert für alle, die Interesse an Museumsarbeit für BesucherInnen haben oder sich einfach nur Gedanken zu Sinnhaftigkeit, Ausbaupotentialen und Optimierungsmöglichkeiten von Besucherbefragungen sowie deren Auswirkungen auf das Arbeitsfeld der Kulturvermittlung machen wollen.

Brigitte Hauptner

Oktober 2007