



DAS
inklusive
MUSEUM



inklusive

DAS *inklusive* MUSEUM



Nicht-Besucher/innen-Befragung
Landesmuseum Burgenland

Impressum:

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:
Amt der Burgenländischen Landesregierung
Abteilung 7 – Hauptreferat Sammlungen des Landes
A-7000 Eisenstadt, Museumsgasse 1-5
Direktor: Mag. Gert Polster, MAS

Planung, Durchführung und Dokumentation der Studie: Julia Starke, MA
Grafik Design: Mag. Regina Zirbisegger
Druck: Medienfabrik Graz, Dreihackengasse 20, A-8020 Graz

Bildernachweis:

S. 1, 9, 13, 17, 31, 36: SFIO CRACHO/Shutterstock
S. 33: blurAZ/Shutterstock

BUNDESKANZLERAMT  ÖSTERREICH

MÖ
MUSEUMSBUND ÖSTERREICH
WWW.MUSEUMSBUND.AT

 landesmuseum
BURGENLAND

VORWORT



DIE VORLIEGENDE STUDIE „Das Inklusive Museum. Nichtbesucher/innen-Befragung“ wurde als Pilotprojekt erstmals 2016/17 im Landesmuseum Burgenland durchgeführt. Die Motivation, diese von Frau Julia Starke initiierte Befragung letztendlich durchzuführen, hatte mehrere Gründe.

Zum einen hat sich unser Haus aufgrund seiner Größe und vor allen der Größe seines Einzugsgebietes angeboten eine Studie in überschaubarer Dimension zu erstellen. Die Befragung in allen Bezirken des Burgenlands war von vornherein festgelegt, weil dadurch Angaben der Befragten nicht zuletzt regional verglichen werden konnten. Zum zweiten ist es ein leichtes die Besucher, die ins Museum kommen zu zählen, zu befragen und daraus einzelne Statistiken zu

erstellen. Aber wie steht es um die Meinung oder Motivation der Nicht-Besucher/innen? Als Kulturbetrieb stellt man sich aber auch die Frage nach etwaigen Barrieren von Menschen, die vom Museumsbesuch absehen. Wie kann die Motivforschung behilflich sein, solche Menschen eventuell als künftige Zielgruppe gewinnen zu können? Welche Voraussetzungen kann ein Museumsbetreiber selbst verändern um dieses Publikum zu erreichen? Oder: Mit bei welchem Anteil an der Gesamtbevölkerung sind die Interessen so anders gelagert, dass er als Zielgruppe ausfällt?

Die ermittelten Ergebnisse beantworten diese und andere Fragen zum Teil und können in die Strategieplanung des Landesmuseums Burgenland eingearbeitet werden. Sie können aber

auch anderen Häusern als Vergleich oder als Motivator zu weiteren Untersuchungen in diesem Bereich bzw. als Diskussionsgrundlage in der Museumsfachwelt dienen.

Ich danke Frau Julia Starke und ihrem Team für die Durchführung dieser Befragung und die Ermittlung der wirklich interessanten Ergebnisse, aber auch Frau Sabine Fauland für ihre vermittelnde Tätigkeit und nicht zuletzt für die Förderung durch das Bundeskanzleramt.

Möge diese Studie ihren Leser/innen neue interessante Fakten liefern und Impulse geben.

Helmut Bieler

Kulturlandesrat Burgenland

INHALT

<i>Warum eine Nicht-Besucher/innen-Befragung?</i>	6
<i>Barrieren im Museum</i>	10
<i>Die Bedeutung von Barrierefreiheit im Museum</i>	12
<i>Nicht-Besucher/innen-Forschung</i>	14
<i>Nicht-Besucher/innen im Burgenland</i>	16
<i>Befragungsergebnisse</i>	22
<i>Quellenangaben</i>	34
<i>Literaturverzeichnis</i>	35

WARUM *eine* NICHT-BESUCHER/INNEN- BEFRAGUNG?



Das inklusive Museum – eine Förderung neuer, innovativer und beispielgebender Projekte der Museumsarbeit.

DAS INKLUSIVE MUSEUM – eine Förderung neuer, innovativer und beispielgebender Projekte der Museumsarbeit in den Fokus zu nehmen, ist ein ambitioniertes Ziel, das innerhalb des Projektauftrags „Das inklusive Museum“ des Bundeskanzleramts im Jahr 2016 formuliert wurde. Gemeint waren hier Projekte, die Barrieren verkleinern und Zugangsmöglichkeiten schaffen, und zwar für alle

Bevölkerungsgruppen, ungeachtet von Geschlecht, Alter, Leistung, Herkunft oder Behinderung. Inklusive Maßnahmen, die im Zuge des Projektauftrags Unterstützung fanden, haben den Zweck und das Ziel, Gemeinschaften sowie Strukturen oder Systeme zu entwickeln, welche die Vielfalt in der Gesellschaft anerkennen und auf diese Weise gruppenbezogenen Kategorisierungen ent-

gegenwirken,¹ denn „das Konzept der Inklusion stärkt einen grundrechtlich begründeten Anspruch auf Unterstützung für jeden, der zur Teilhabeabsicherung einer Unterstützung bedarf“.² Teilhabe und ein uneingeschränkter Zugang setzen voraus, dass man weiß, welche Barrieren Menschen in Museen entgegenreten können. Für das Museum bedeutet Integration und Inklusion demnach „[d]ie für alle bemerkbare Integration anderer Wahrnehmungs- und Bewegungs-, Erkenntnis- und Orientierungsformen“, die etwa innerhalb von Ausstellungen ein Zeichen im Sinne der Gleichstellung aller setzen.³ Hier geht es darum, über die Zielgruppenthematik hinausgehend Inklusionsprozesse zu entwickeln, um sich vorwiegend an den Bedürfnissen und Interessen der Besucherinnen und Besucher zu orientieren.⁴

Doch was ist mit den Bedürfnissen und Interessen jener Menschen, die erst gar nicht zu Besucherinnen und Besuchern werden,

weil es ihnen nicht möglich ist, jene Barrieren zu überwinden, mit denen sie sich im Museum konfrontiert sehen? Welche Rolle spielen Interessen und Bedürfnisse jener Menschen, die das Museum nicht besuchen?

„Jedem Individuum, welches versucht, sich in der modernen Gesellschaft zu situieren, wird ein großes Maß an Durchsetzungsfähigkeit abverlangt. Es braucht körperliche und geistige Fitness sowie psychische Stabilität; es muss kritikfähig und belastbar sein, willens- und ichstark. Im sozioökonomischen Kräftespiel gehen Menschen mit schwächeren Konstitutionen oder ausgeprägtem Anders-Sein unter.“⁵ *Untergehen* kann hier auch bedeuten, dass Barrieren nicht überwunden werden können, da sie als Hindernisse zur Erreichung eines Ziels zu groß sind. Behinderungen, Hindernisse und Barrieren wirken abschließend, wenn sie Menschen von etwas abhalten, an dem sie gerne teilhaben wollen.

Es braucht „ein Einbezogen-Sein in das soziale, wirtschaftliche und kulturelle Leben. Es braucht Teilhabemöglichkeiten, konkrete Orte und konkrete Gelegenheiten.“⁶ In einem Museum ist es nicht immer leicht, auf die verschiedensten Bedürfnisse und Erwartungshaltungen der Besucher/innen einzugehen und ein Kulturangebot „für alle“ zu schaffen. Daher stellen sich folgende Fragen:

Kann ein Museum ein Ort sein, der solche konkreten Gelegenheiten des Einbezogen-Seins schafft?

Welche Hürden stehen dort einer Nutzung im Weg?

Welche Barrieren will oder kann das potenzielle Publikum nicht überwinden?

Können diese Menschen bei der Überwindung gegebener Barrieren überhaupt unterstützt werden?

Exklusion, die durch Barrieren entsteht, ist das Gegenteil jenes Einbezogen-Seins, das ein inklusives Muse-

um entstehen lassen kann. Ausgrenzung verhindert aber nicht nur Teilhabe, sondern zeigt vor allem Ungleichheiten auf: Ungleichheiten, die Lücken deutlich machen, welche es zu füllen gilt, um einen gerechten Zugang zu gewährleisten. Chancengleichheit kann sich auch in einem bewussten Mitdenken von Ungleichheiten äußern. Es geht dann nicht um Gleichbehandlung, sondern um das Bewusstsein über unterschiedliche Entwicklungs- und Sozialisationsbedingungen von Menschen. Inklusion bedeutet, einander vorbehaltlos zu begegnen. Die Grundlage dessen ist eine nicht an weitere Bedingungen geknüpfte Einbezogenheit und Zugehörigkeit aller in unsere Gesellschaft. Das Ziel ist daher die gleichberechtigte Teilhabe aller Menschen. Inklusion im Museum bedeutet nicht nur einen Beitrag zu leisten, auch jenen Gruppen die Teilhabe an Kultur zu ermöglichen, die dazu in der Regel mit Hindernissen konfrontiert sind. Inklusion im Museum bedeutet darüber hinaus auch, die Erwar-

tungen von potenziellen Besucherinnen und Besuchern, des Publikums genauer zu differenzieren und so Möglichkeiten zu entwickeln, auch jene anzusprechen, die das Museum selten bis gar nicht besuchen, um so einen Ort „für alle“ zu gestalten. Daher geht es im Kontext eines inklusiven Museums maßgeblich um diese Fragen:

Welche Barrieren existieren für wen?

Welche Bedürfnisse und Erwartungen herrschen vor, und sind diese die Gründe für die Nicht-Nutzung, den Nicht-Besuch des Museums?

Eine Nicht-Besucher/innen-Befragung greift diese Fragestellungen im Sinne einer Erforschung von Barrieren auf und kann Aufschluss über objektive und subjektive Barrieren geben. Sie ermöglicht Erkenntnisse über die Gründe des Nicht-Besuches, gibt Aufschluss über potenzielle Interessen der Befragten und ist daher als Grundlage für inklusive Museumsarbeit zu sehen.



BARRIEREN *im* MUSEUM



Im allgemeinen Sprachgebrauch sind Barrieren Gegebenheiten, welche den Zugang zu einem Ziel verbauen.

DIESE HINDERNISSE existieren nicht nur für Einzelne, sondern auch für Gruppen, für Organisationen oder eine ganze Gesellschaft.⁷ Um ein inklusives Museum zu gestalten, ist es wichtig, vorliegende Barrieren zu differenzieren und sie in der Folge nach Möglichkeit abzubauen. Nicht nur auf dem Weg in das Museum hinein existiert eine Vielzahl von Barrieren, auch innerhalb des Museums können Barrieren die Zugänglichkeit erschweren. So ist zum Beispiel die Wahrnehmung der Inhalte einer Ausstellung nicht immer barrierefrei, die Kommunikation innerhalb des Museums kann als eine eigene Art von Sprache verstanden

werden – versteht man diese Sprache nicht bzw. hat man sie nicht gelernt, so ist dies eine entscheidende Rezeptionsbarriere. Besucher/innen könnten dies sogar als eine „generelle Verschwörung der Museumsmacher zur Bewahrung ihres Wissens [...] oder [als] eine grenzenlose Ignoranz gegenüber den Besuchern verstehen“.⁸

Barrierefreiheit im Sinne des Zugangs zum Museum wird immer wieder im Kontext von Menschen mit Behinderungen diskutiert. So wird zum Beispiel beschrieben, dass jede „Behinderungsart“ ihre spezifische Barriere

hat, was auch erklärt, warum es so schwierig ist, eine praktikable Definition von Barrieren zu finden. Zugang zu schaffen bedeutet innerhalb dieses Verständnisses, entweder etwas abzubauen oder aber auch etwas hinzuzufügen, je nachdem, ob eine motorische oder sensorische Behinderung vorliegt.⁹ Um für Menschen mit Behinderungen Barrierefreiheit zu sichern, wird empfohlen, das Wissen jener zu nutzen, die selbst betroffen und somit Expertinnen und Experten in eigener Sache sind. Kategorisierungen erleichtern es möglicherweise, die Welt und die Gesellschaft, in der wir leben, zu strukturieren. Die Behauptung, nur Menschen mit Behinderungen hätten Barrieren zu überwinden, greift allerdings zu kurz. Dazu kommt, dass derartige Kategorisierungen Ausgrenzung und Diskriminierung schaffen, statt Gleichheit zu fördern. Festzuhalten ist, dass nicht nur Menschen mit Behinderungen Barrieren vorfinden, wenn sie ein Museum

besuchen wollen, weshalb es wichtig ist, nicht nur nach jenen Barrieren zu fragen, die an der körperlichen Verfassung der potenziellen Besucher/innen eines Museums wirksam werden. Vielmehr gilt es, ganz allgemein zu fragen:

Um welche Barrieren handelt es sich, denen Menschen auf dem Weg in ein Museum oder im Museum selbst begegnen?

Der Vielfältigkeit der Museumsbesucher/innen, deren Fähigkeit, „Museumssprache“ zu verstehen und gleichzeitig den Ansprüchen, Wünschen und Bedürfnissen von Nicht-Besucherinnen und -Besuchern entgegenzukommen, ist ein Kunststück. Man könnte etwa versuchen, allen etwas anzubieten, frei nach der Idee eines Buffets: „Ein möglichst breit gefächertes Informations-, Kommunikations- und Aktions-Buffer mit vielen museumspädagogischen >Leckerbissen< bereit zu stellen, von denen alle >naschen< können.“¹⁰

DIE BEDEUTUNG *von* BARRIEREFREIHEIT *im* MUSEUM



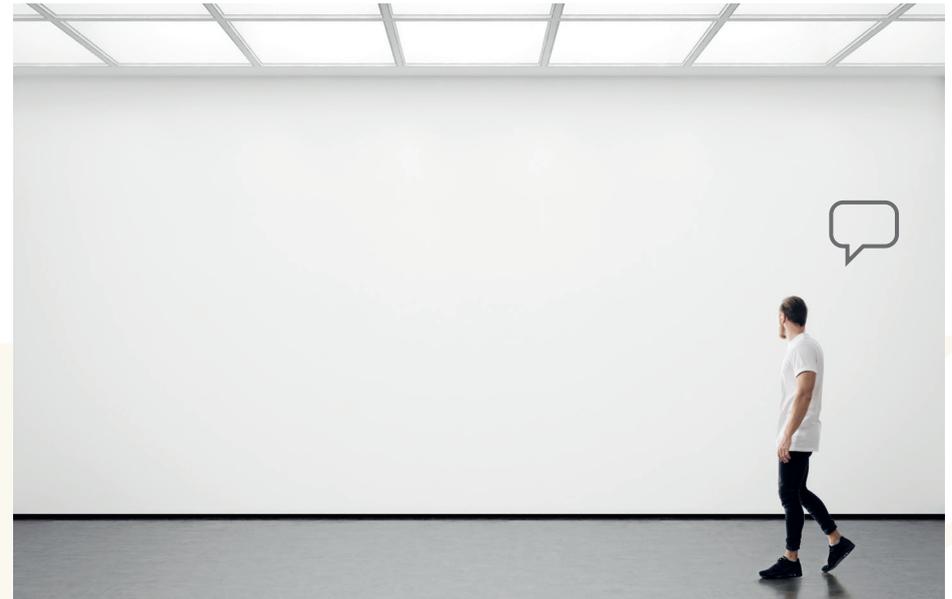
Um auf die Heterogenität des potenziellen Publikums eingehen zu können, ist Besucher/innen-Orientierung zu einem wichtigen Ziel in Museen geworden.¹¹

BARRIEREFREIHEIT IM MUSEUM kann als ein solches Besucher/innen-Bedürfnis gesehen werden. Für viele Besucher/innen eines Museums kommt es vor allem darauf an, sich dort wohlfühlen und zu „erleben, dass seine intellektuellen, emotionalen und körperlichen Bedürfnisse unterstützt und respektiert werden.“¹² Auch wenn das Museum ein Ort

ist, an dem ein Informationsangebot für eine große Anzahl von Menschen bereitgestellt wird und viele Besucher/innen damit angesprochen werden sollen, kann auf ihre Fähigkeiten und Bedürfnisse nicht immer eingegangen werden.¹³ Daher kann es vorkommen, dass Besucher/innen mit ihrem Wunsch, das Museum (so angenehm wie möglich) zu

erleben, vor einer nahezu unüberwindbaren Barriere stehen. Grundvoraussetzung für Barrierefreiheit und den Abbau von Barrieren ist es daher, diese zu erkennen und ihre Bedeutung zu verstehen. Die Notwendigkeit, in dieser Hinsicht zumindest ein Problembewusstsein zu entwickeln, liegt auf der Hand,

denn Zugänglichkeit im Sinne von Barrierefreiheit kann als eine der Hauptaufgaben einer Bildungs- und Kultureinrichtung gesehen werden. Ist diese nicht erfüllt, kommen Institutionen ihrer eigentlichen Bedeutung und Pflicht nicht nach.¹⁴



NICHT-BESUCHER/INNEN-FORSCHUNG



Über die Bedürfnisse und Motive eines Kulturpublikums.

ES KANN DAVON AUSGEGANGEN WERDEN, dass man auf Grundlage von gesicherten empirischen Erkenntnissen über die Bedürfnisse des Publikums, über deren Kulturnutzungsmotive und ihren Umgang mit Kultur eher in der Lage ist, zielgruppengerecht zu arbeiten.¹⁵ Die Erforschung dieser Bedürfnisse kann es ermöglichen, aus verschiedenen Perspektiven der unterschiedlichen (potenziellen) Museumsbesucher/innen auf das Museum zu blicken.

Besucher/innen-Forschung in Form einer Nutzer/innen-Befragung richtet sich an jene Menschen, die das Museum besuchen und dort anzutreffen sind. Eine Nicht-Nutzer/innen-Befragung hingegen definiert die Befragten nicht über die stattfindende Nutzung des Museums, sondern richtet sich an die Bevölkerung eines bestimmten Gebietes:¹⁶ „[...] die Nutzerbefragung geht in diesem Sinne demnach perspektivisch vom kulturellen Objekt, die Nicht-Nutzer-

Befragung vom (in)aktiven Subjekt aus.“ Eine Nicht-Besucher/innen-Befragung ist daher als eine Art Bevölkerungsumfrage zu sehen,¹⁷ sie fokussiert auf die vorliegenden Gegebenheiten und Situationen, die Lebenswelten der Probanden sowie auf die Frage: Wel-

che Rolle und Bedeutung nimmt das Museum innerhalb dieser Lebenswelt ein? Aus diesen Gründen kann eine Nicht-Besucher/innen-Befragung – als eine Art Marktforschung gesehen werden, die folgenden Fragen nachgehen könnte:

- ☞ Welche Vorstellungen herrschen bei Menschen, die das Museum besuchen, über das Museum vor?
- ☞ Welche bei jenen, die das Museum nicht besuchen?
- ☞ Haben Nicht-Besucher/innen Wünsche und Bedürfnisse, die das Museum nicht erfüllt, und ist dies der Grund, warum sie das Museum nicht besuchen?
- ☞ Welches Bild hat jemand, der das Museum noch nie besucht hat, von dem jeweiligen Museum oder der Institution allgemein?
- ☞ Was ist der Grund dafür, dass Nicht-Besucher/innen bisher nur wenig Motivation aufbringen konnten, das Museum zu besuchen?
- ☞ Und ist das Museum aus Sicht der Nicht-Besucher/innen in der Lage, Motive und Anreize für einen Besuch zu schaffen?

NICHT- BESUCHER/INNEN *im* BURGENLAND



Die vollständig strukturierte und standardisierte Bevölkerungsumfrage umfasst persönliche Interviews mit 359 Burgenländerinnen und Burgenländern.

BESUCHER/INNEN ZU ERFORSCHEN ist durchaus üblich, weswegen für diesen Personenkreis wesentlich mehr empirische Erkenntnisse vorliegen als zu Nicht-Besucherinnen und -Besuchern.¹⁸ Eine von Thomas Renz verfasste Sekundäranalyse fasst die wichtigsten Ergebnisse der bereits erhobenen Merkmale jener Personen zusammen, die öffentlich geförderte Kulturveranstaltungen

nicht besuchen. Diese Zusammenfassung sowie die anschließende Interpretation waren für die Befragung im Burgenland maßgebliche Anhaltspunkte bei der Abgrenzung von Themenbereichen der geführten Interviews. Die der „Sekundäranalyse zugrunde liegenden Studien sind weitgehend von deutschsprachigen, insbesondere von deutschen Autoren verfasst und



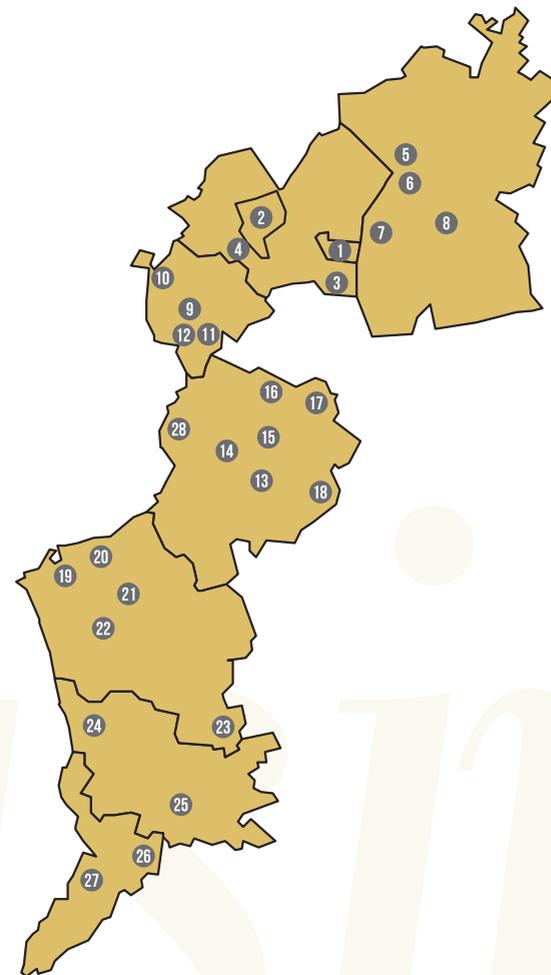
haben die deutsche Gesellschaft zum Forschungsgegenstand [...]. Relevantes österreichische Material stellt beispielsweise die Studie zum Kulturverhalten von Senioren von Franz Kolland (1996), sowie die Salzburger Besucherstudie (Depner-Berger 2008) [dar].¹⁹ Thomas Renz betont die Problematik der Übertragung solcher Ergebnisse und begründet dies damit, sich selbst

ausschließlich auf die Analyse von Studien aus dem deutschsprachigen Raum zu konzentrieren. Auch für die Befragung im Burgenland ist nicht außer Acht gelassen worden, dass regionalen und museumsspezifischen Eigenschaften eine bedeutende Relevanz zugesprochen werden muss, denn „[e]mpirische Sozialforschung ist immer abhängig von den gesellschaftlichen, politischen und

ökonomischen Kontexten ihres Erhebungsgebietes und -zeitpunkts.²⁰ Die von Thomas Renz beschriebene Analyse und Systematisierung diente für die Befragung im Burgenland dennoch als Ausgangspunkt, wobei die von ihm ausgearbeiteten Themenbereiche und Merkmale durch Fragen und Anregungen der Mitarbeiter/innen des Landesmuseums Burgenland spezifisch ergänzt wurden.

Die in Teilen vollständig strukturierte und standardisierte Bevölkerungsumfrage umfasst persönliche Interviews mit 359 Burgenländerinnen und Burgenländern, die nach Geschlecht, Alter und Herkunft zufällig ausgewählt wurden. Die Beantwortung der Fragen folgte einem geschlossenen Prinzip, Antwortkategorien und Reihenfolge der Fragen waren für jede Probandin und jeden Probanden stets gleich. Als Methode wurde die Befragung gewählt, weil diese ein ausgesprochen reaktives Erhebungsinstrument und für

die vorliegende Forschungsfrage besonders geeignet ist: „[Z]ur Erhebung sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Daten, bei allgemeinen Bevölkerungserhebungen und zur Erforschung von Einstellungen und Meinungen ist die Methode der Befragung [...] unverzichtbar“.²¹ Neben der standardisierten Befragung der Bewohner/innen des Burgenlandes wurden zusätzlich sogenannte weiche Daten mithilfe eines Forschungstagebuchs dokumentiert. Die Befragung fand im gesamten Burgenland statt und richtete sich je nach Bevölkerungsstruktur innerhalb der Bezirke an Bewohner/innen der entsprechenden Regionen. Insgesamt wurden 369 Personen befragt.



- 1 Rust
- 2 Eisenstadt
- 3 Mörbisch
- 4 Wulkaprodersdorf
- 5 Neusiedl
- 6 Neusiedl-Bad
- 7 Podersdorf
- 8 Frauenkirchen
- 9 Mattersburg
- 10 Bad-Sauerbrunn
- 11 Rohrbach
- 12 Marz
- 13 Oberpullendorf
- 14 Neutal
- 15 Raiding
- 16 Neckenmarkt
- 17 Deutschkreuz
- 18 Lutzmannsburg
- 19 Pinkafeld
- 20 Oberschützen
- 21 Bad Tatzmannsdorf
- 22 Oberwart
- 23 Deutschschützen
- 24 Stegersbach
- 25 Güssing
- 26 Heiligenkreuz
- 27 Jennersdorf
- 28 St. Martin

DIE *allgemeinen* THEMENBEREICHE,

welche der Befragung zugrunde lagen, wurden im Prozess der Erstellung des Fragebogens auf das Umfeld des Landesmuseums Burgenland übertragen und erweitert. So ergaben sich Fragen zu folgenden Aspekten:



Kulturelle Infrastruktur:

Wissen die Befragten, wo das Landesmuseum Burgenland ist, empfinden sie es als in ihrer erreichbaren Nähe? Und wie hoch würden sie den Aufwand bezeichnen, um das Landesmuseum zu erreichen? Ist dies eine für sie überwindbare Barriere?

Ausstellung und Verständnisbarriere:

Gehen die Befragten nicht ins Museum, weil sie nicht wissen, was sie dort erwartet? Gehen sie nicht dort hin, weil sie in einem Besuch keinen Nutzen sehen oder weil sie fürchten, etwas innerhalb der Ausstellung nicht zu verstehen?

Kommunikation und Marketing:

Haben Nicht-Besucher/innen bereits Werbung des Landesmuseums Burgenland wahrgenommen? Falls ja, wie bewerten sie diese, und falls nicht: Würden sie das Landesmuseum Burgenland besuchen, wenn sie die Werbung kennen würden?

Zeit:

Welche Bedeutung wird der Zeit im Museum beigemessen? Spielt Zeitmangel in Bezug auf einen möglichen Museumsbesuch vonseiten der Nicht-Besucher/innen eine Rolle?

Eintrittspreis:

Ist der Eintrittspreis eine Barriere für die befragten Personen? Welchen Preis wären sie bereit zu zahlen, und welcher Eintrittspreis würde sie definitiv vom Besuch abhalten?

(Bildungs-)Image:

Welche Eigenschaften schreiben Nicht-Besucher/innen dem Landesmuseum Burgenland zu? Sind diese Zuschreibungen der tatsächliche Grund, das Museum nicht zu besuchen? Ist das Bildungsimage für die Nicht-Besucher/innen eine Barriere?

Soziale Interaktion und soziales Umfeld:

Inwiefern nehmen die Befragten das Landesmuseum Burgenland als einen Ort für soziale Interaktion wahr?

Werte:

Als wie wichtig empfinden die befragten Nicht-Besucher/innen die Existenz eines Landesmuseums?

ERGEBNISSE *der* BEFRAGUNG



Wenn inklusive Museumsarbeit bedeutet, sich mit jenen Barrieren auseinanderzusetzen, die mögliche Besuche verhindern, dann ist die Bevölkerungsumfrage im Burgenland ein Startpunkt, um erste Erkenntnisse über diese möglichen Barrieren zu gewinnen.

DA DIE ERFORSCHUNG des Verhaltens der Nicht-Besucher/innen über gedankliche Umwege stattfindet, ist das konkrete Ergebnis in diesem Fall nur eine Grundlage, um weiteren offenen Themen nachzugehen und zusätzliche unbekannte Barrieren zu identifizieren. Der angesprochene Umweg bezieht sich auf die Tatsache, dass hier Menschen zu einem Thema befragt wurden, über das sie sich zuvor vermutlich keine

konkreten Gedanken gemacht haben – zu einem Nicht-Verhalten. Man konnte die Befragten daher nur mit Annahmen und Vermutungen konfrontieren, die sie lediglich bestätigen oder widerlegen konnten.

Für die Befragung im Burgenland wurden jene Personen als **Nicht-Besucher/innen** definiert, die das Museum länger als zwei Jahre nicht besucht haben.

Auch wenn einige der Befragten über Museumserfahrungen – auch im Landesmuseum Burgenland – verfügen, wurden sie für die Befragung ausgewählt, da ihre Besuchserfahrung sehr weit zurückliegt. Eine Frage, die sich jedenfalls daraus ergibt, ist:

Warum kamen jene Personen, die das Museum bereits besucht haben und angaben, mit ihrem Besuch überwiegend sehr zufrieden (47,6 %) bzw. zufrieden (42,2 %) gewesen zu sein, nicht wieder?

Für einige der Befragten scheint es durchaus eine Barriere zu sein, dass das **Landesmuseum Burgenland in Eisenstadt** situiert ist. Viele geben an, dass sie keines der Museen in Eisenstadt besucht haben, da sie nicht in Eisenstadt waren (17 %) und auch nicht wissen, wo dort ein Museum zu finden ist (14,6 %). Interessanterweise kann dieser Befund auch im nördlichen Teil des Burgenlandes erhoben werden, obwohl hier die geografische Nähe zu Eisenstadt eher

gegeben ist als in südlicheren Regionen des Landes. Ausbleibende Besuche der Landeshauptstadt gehen also mit einem ausbleibenden Museumsbesuch einher. Einige Probanden gaben an, entweder öfter nach Wien zu fahren oder sich für einen Museumsbesuch in die Steiermark zu orientieren. Eisenstadt würde ihnen zu wenig Anreize für einen geplanten Ausflug geben.

„Die Existenz einer Kultureinrichtung in erreichbarer Nähe ist unabhängig von zeitlichen Entwicklungen notwendige Voraussetzung für Kulturbesuche.“²² Verkehrstechnische Probleme, aber auch organisatorische Fragen, wie zum Beispiel: „Wie kommt man nach einer Veranstaltung wieder nach Hause?“, können Hindernisse darstellen, die einen Museumsbesuch schon in der Planungsphase verhindern.²³

Wie sich in der Befragung im Burgenland herausstellte, ist aber nicht nur die Erreichbarkeit eine Grundbedingung für Teilhabe, sondern auch die empfundene

Attraktivität des Ausflugsortes, in diesem Fall von Eisenstadt. Dies führt zur nächsten Frage:

Welche Kriterien spielen für Nicht-Besucher/innen eine Rolle, um einen Ausflug in das Landesmuseum zu planen? Welche Rolle spielt das Umfeld des Museums für einen geplanten bzw. nicht geplanten Besuch?

Vielen Befragten war nicht nur unklar, wo sich das Landesmuseum Burgenland genau befindet, auch die **Bekanntheit des Museums** rangiert bei Nicht-Besucherinnen und -Besuchern erst auf dem dritten Platz (34,5 %). Bekanntere Museen sind etwa das Haydn-Haus (51,1 %) oder Schloss Esterhazy (86,5 %) in Eisenstadt. Es gilt in diesem Zusammenhang jedoch zu bedenken, dass die Bekanntheit jener Museen, die keine/r der Befragten besucht hat, im Fokus stand. So stellt sich die Frage, ob die höhere Bekanntheit eines Museums tatsächlich zu mehr Besuchen führen

würde. Immerhin kennen zwar 86,5 % der Befragten das Schloss Esterhazy, besucht haben sie es dennoch nicht.

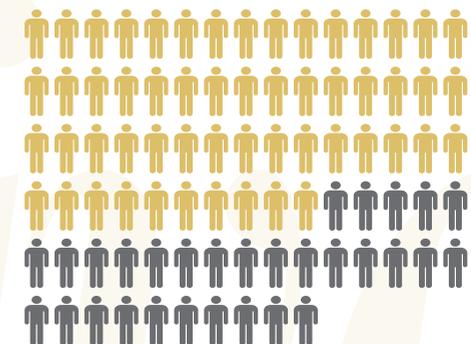
Die Antworten auf die Frage, als **wie aufwendig** es die Befragten wahrnehmen, das Museum zu besuchen, gestalten sich sehr heterogen: von „kein Aufwand“ (27,8 %) über „gering“ (34,9 %) und „mittel“ (15,7 %) bis hin zu „hoch“ (15,7 %). Aufgrund des hohen Aufwandes lieber ein virtuelles Museum zu besuchen, können sich einige vorstellen (24 %), manche ziehen es vielleicht in Betracht (31,5 %) und fast die Hälfte der Befragten schließt das aus (44,5 %). Einige gaben an, dass sie das Museum besuchen würden, wenn sie Zeit dafür hätten (37,5 %). Viele räumten allerdings während des Ausfüllens des Fragebogens ein, dass sie sich vermutlich die Zeit nehmen würden, wenn sie das Museum wirklich besuchen wollten. Inwieweit der Faktor Zeit oder der Aufwand, das Museum zu besuchen, eine entscheidende Barriere ist, kann auf

Grundlage dieser Befragung somit nicht klar beantwortet werden.

Etwa zwei Drittel der Befragten geben an, bisher keine **Werbung** des Landesmuseums Burgenland gesehen zu haben (70 %). Über die Hälfte dieser Personen meinten allerdings, sie würden das Museum vielleicht besuchen, wenn sie Werbung gesehen hätten. Jene 30 %, die Werbemittel gesehen hatten, konnten sich hauptsächlich an Plakate erinnern (67,1 %). Aus Gesprächen mit den Probanden, die im Zusammenhang mit diesen Fragen entstanden, äußerten einige, dass sie zwar Werbung gesehen hätten, aber sich nicht erinnern könnten, wie diese wirklich ausgesehen habe, welchen Inhalt sie gehabt und wie die Werbung auf sie gewirkt habe. Auch welche Ausstellung beworben wurde und worum es genau gegangen sei, konnte nicht erinnert werden. Laut Thomas Renz' Analyse spielt die „Mund-zu-Mund-Propaganda“ eine sehr bedeutende Rolle beim Museums-

besuch.²⁴ Den Befragten wurde das Landesmuseum Burgenland allerdings selten von Freunden oder Bekannten empfohlen (84,7 %), und sie meinten, dass sie es auf Empfehlung hin besuchen würden (24,9 %) oder es vielleicht besuchen würden (58,6 %).

„Nachdem durch sie [die Werbung] der direkte oder erste Kontakt zu potenziellen Besuchern hergestellt wird, kommt diesen Aktivitäten auch bezüglich nicht-besucherorientierter Marketingpolitik eine Schlüsselrolle zu.“²⁵



■ Keine Werbung gesehen (70%)

■ Werbung gesehen (30%)

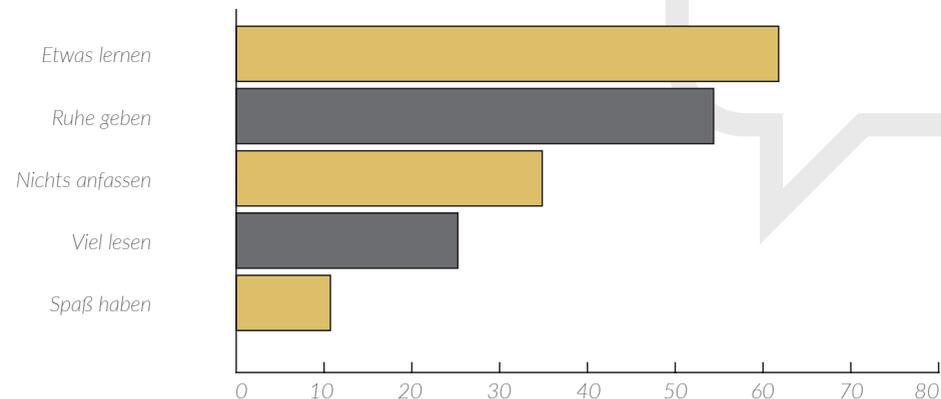
Eine Kommunikationspolitik, die sich an Nicht-Besucherinnen und -Besuchern orientiert, würde auf der Analyse des Informationsverhaltens basieren.²⁴ Bezugnehmend auf die oben angeführten Befragungsergebnisse stellt sich die Frage, ob 70 % der Befragten die Werbung des Landesmuseums Burgenland entweder nicht erreicht hat oder ob sie schlichtweg andere Informationsmedien nutzen.

Nur wenige der befragten Burgenländer/innen sind der Meinung, dass die **Öffnungszeiten** des Museums sie vom Besuch abhalten (10,4 %), und ein noch kleinerer Anteil (2,6 %) gab an, dass der Eintrittspreis eine Barriere darstellt. Demgegenüber konnte erhoben werden, dass 22,3 % der Befragten die Öffnungszeiten nicht als Barriere wahrnehmen, für 27,8 % ist der Eintrittspreis kein Grund, das Museum nicht zu besuchen. Vielmehr ist eine große Unwissenheit über die Öffnungszeiten (70,8 %) und den Eintrittspreis (67,3 %) auszumachen.

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass im internationalen Vergleich vor allem die Eintrittspreise als ausschlaggebender Faktor²⁷ für den Nicht-Besuch identifiziert wurden: „Die von den Studien am häufigsten bekannte Barriere, welche mit kulturmanagerialen Aktivitäten abbaubar wäre, ist der Eintrittspreis. Alle Studien, welche diese untersuchten, benennen sie als relevant, häufig sogar als primär besuchshindernde Barriere.“²⁸

Für die Burgenländer/innen scheint der Eintrittspreis jedoch kein relevanter Hindernisgrund zu sein, wenngleich offen bleibt, ob jene, die den Preis nicht kennen, bereit wären, diesen zu bezahlen.

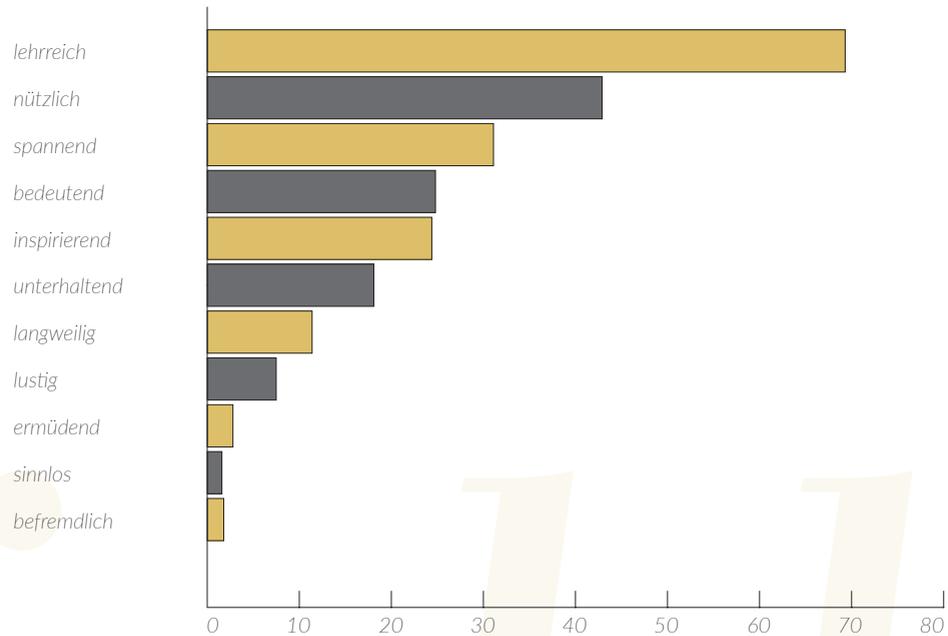
Einige der von Thomas Renz herangezogenen Studien versuchen zu erkunden, inwiefern Kultur als **unterhaltend oder bildend** gesehen wird.²⁹ Die befragten Burgenländer/innen sind mehrheitlich (61,8 %) der Überzeugung, dass man im Landesmuseum etwas lernen soll. Darüber hinaus habe man im Museum



ruhig zu sein (54,4 %) und man dürfe nichts anfassen (34,9 %). Rund ein Viertel der Befragten (25,3 %) glaubt, dass man im Museum viel lesen müsse, 10,8 % denken, dass man dort aber auch Spaß haben kann.

Die Antworten auf eine ähnlich angelegte Frage legen nahe, dass ein Museum hauptsächlich als Bildungsinstitution wahrgenommen wird: So wird das Museum zuallererst als lehrreich angesehen (69,3 %), des Weiteren spannend (31,1 %) und bedeutend (24,8 %).

Einige finden einen Museumsbesuch inspirierend (24,4 %), unterhaltend (18,1 %) oder langweilig (11,4 %). Nur wenige finden einen Museumsbesuch lustig (7,5 %), ermüdend (2,8 %), sinnlos (1,6 %) oder befremdlich (1,8 %).



Bezüglich einer weiteren Frage, die allgemein auf den **Zweck des Museums** abzielt und sich an der ICOM-Museumsdefinition orientiert, zeigt sich, dass die befragten Nicht-Besucher/innen des Burgenlands den Hauptzweck des

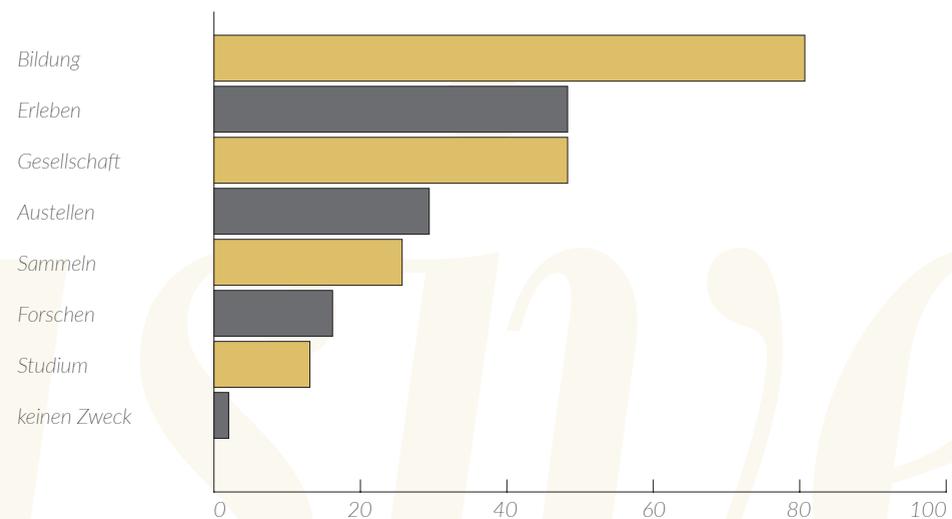
Museums im Dienste der Bildung sehen (80,7 %), aber es auch als Ort des Erlebens (48,3 %) und im Dienst der Gesellschaft und ihrer Entwicklung (48,3 %) stehend wahrnehmen. Seltener wird der Zweck des Museums im Ausstellen von

Objekten (29,4 %), im Sammeln (25,7 %), im Forschen (16,2 %) oder als Ort des Studiums (13,1 %) gesehen. 2 % assoziieren keinen dieser Zwecke mit dem Museum.

Da aber immerhin 96 % der Befragten angeben, dass sie sich generell für die Geschichte des Burgenlandes interessieren,

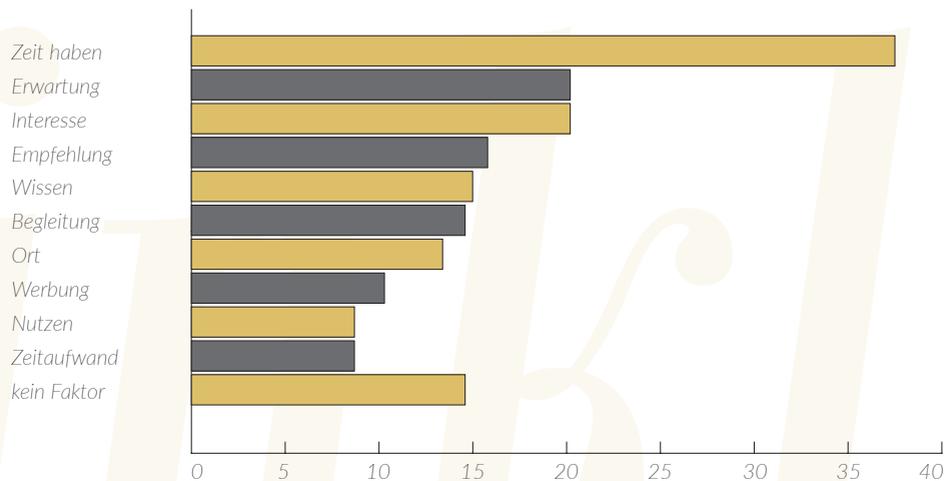
liegt die Frage nahe, ob das Bildungs-Image eine entscheidende ausschließende Barriere für Nicht-Besucher/innen ist.

Eine sehr deutliche Mehrheit der Befragten findet es darüber hinaus wichtig, dass es das Museum gibt (97,9%) und dort Zeugnisse der burgenländischen Geschichte gesammelt und bewahrt werden (98 %) – auch wenn sie es nicht besuchen.



Dieses Ergebnis deckt sich grundsätzlich mit dem Befund, „dass das Image [des Museums] in allen Sparten stets besser ist als die Nutzung“³⁰ und der Beobachtung, dass Menschen mehrheitlich Kunst und Kultur einen hohen Stellenwert einräumen, auch wenn sie keinen Gebrauch davon machen.³¹ Die Burgenländer/innen scheinen sich in diesem Punkt nicht von andernorts Befragten zu unterscheiden.

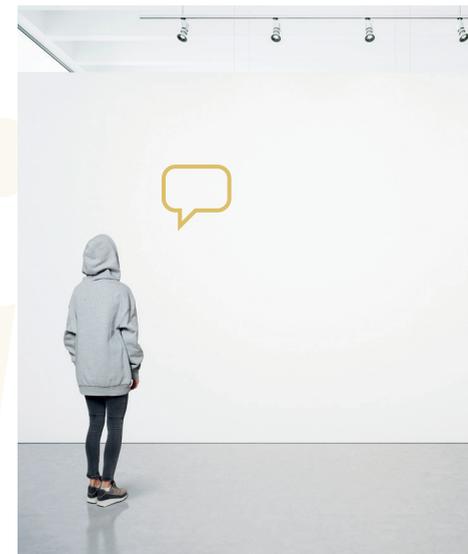
Viele der Befragten **würden das Museum besuchen**, wenn sie dafür Zeit hätten (37,5 %), sie wüssten, was sie dort erwartet (20,2 %), es sie interessieren würde (20,2 %), es ihnen eine Freundin oder ein Freund empfehlen würde (15,8 %), sie Wissen über das Museum (15 %) oder eine Begleitung hätten (14,6 %) bzw. wenn sie wüssten, wo das Landesmuseum Burgenland zu finden ist (13,4 %). Einige sagen, sie würden



das Museum besuchen, wenn sie die Werbung des Landesmuseums kennen würden (10,3 %) bzw. wenn ihnen klar wäre, was ihnen ein Besuch dort bringt (8,7 %) oder wenn ein Besuch dort nicht so zeitaufwendig wäre (8,7 %). Für einige wiederum würde keiner dieser Faktoren zu einem Besuch des Landesmuseums führen (14,6 %).

Eine **Ausstellung** zu besuchen ist mit einem gewissen Risiko verbunden, da man sich nicht sicher sein kann, was einen dort erwartet,³² da „der Wert von Kunst und Kultur [...] oftmals nur intuitiv fassbar“ und „deshalb für den potenziellen Käufer nur schwer vorab nachzuweisen“ ist.³³ Faktoren, die also eventuell zu einem Besuch führen könnten, wären in diesem Fall jene, die neben der Bereitstellung der Zeit darauf abzielen würden, den Noch-nicht-Besucherinnen und -Besuchern zu verdeutlichen, was sie dort konkret erwartet. Auch Maßnahmen, die Wissen über das Museum vermitteln, scheinen vergleichbar zu wirken.

Bewirkt eine genauere Darstellung dessen, was im Museum passiert – eine Art „Gebrauchsanweisung“ –, dass mehr Nicht-Besucher/innen in das Museum kommen? Besuchen viele Menschen das Museum nicht, weil sie nicht wissen, was sie dort erwartet oder weil sie nicht wissen, in welcher Weise sie ein Museum „nutzen“ können?



„Ausgehend von dem Ansatz, dass kollektive Kulturrezeption als **soziale Interaktion** stattfindet, stellen soziale Netzwerke, in welchen sich die Rezipienten bewegen, eine wesentliche Einflussgröße auf Kulturbesuche dar, die entweder motivierend oder aber auch als Barriere wirken kann.“³⁴ Besonders bei Nicht-Besucherinnen und -Besuchern könne man einen hohen Anspruch an den sozialen Nutzen ihrer Freizeitaktivitäten feststellen. So kann zum Beispiel fehlendes Interesse oder fehlende Begleitung im Freundeskreis einen Besuch verhindern.³⁵ Die Begleitung, auf die es den befragten Burgenländerinnen und Burgenländern besonders ankommt, ist die Familie (40,7 %), während sich einige auch freuen würden, dort Bekannte oder Freunde zu sehen (35,8 %). Die Begleitung des (Ehe-)Partners ist für einige der Befragten ein wichtiger Faktor, andere würden einen Museumsbesuch in Erwägung ziehen, wenn ihre Kinder es wollten (21,6 %), der Besuch in Begleitung der (Ehe-)Partnerin hingegen wird als weniger relevant beurteilt (13 %).



Auf dem Weg zum inklusiven Museum kann es hilfreich sein, jene Barrieren zu kennen, die Menschen vom Besuch abhalten. Aus diesem Wissen können Zugangsmöglichkeiten auch für jene Personen geschaffen werden, die bislang nicht ins Museum gekommen sind. Bei der konkreten Umsetzung solcher möglicher Maßnahmen tun sich allerdings Fragen auf, die bislang unbeantwortet blieben, weil ein solides und fundiertes Wissen über die Gründe, ein Museum nicht zu besuchen, bisher nicht existiert und die Erforschung der Motive von Nicht-Besucherinnen und -Besuchern erst in einem Anfangsstadium steht. Von grundlegender Bedeutung ist es jedoch, dass in entsprechende Befragungen alle Menschen einbezogen werden – ungeachtet des Geschlechts, des Alters, ihrer Leistung, Herkunft oder Behinderung. Nur so können Gemeinschaften, Strukturen und Systeme entstehen, die gruppenbezogene Kategorisierungen überwinden und die Vielfalt der Gesellschaft, in der wir leben, anerkennen.

QUELLENANGABEN

¹ **Wunder:** Behindert sein oder behindert werden?, S. 98.

² **ebd.**, S. 96.

³ **Metzger:** Barrierefreiheit und Besucherfreundlichkeit, S. 133.

⁴ **Wiens, Nettke:** Wie kann Inklusion im Museum gelingen?, S. 40.

⁵ **Müller:** Freiheit und Inklusion, S. 11 f.

⁶ **Müller:** Freiheit und Inklusion, S. 13.

⁷ **Leidner:** Die Begriffe >>Barrierefreiheit<<, >>Zugänglichkeit<< und >>Nutzbarkeit<<, S. 29.

⁸ **Schuck-Wersig, Wersig:** Die Lust am Schauen, S. 19.

⁹ **Leidner:** Die Begriffe >>Barrierefreiheit<<, >>Zugänglichkeit<< und >>Nutzbarkeit<<, S. 29.

¹⁰ **Arnade, Heiden:** Barrierefreiheit im Museum?, S. 46.

¹¹ **Kaiser:** Inszenierung und Erlebnis in Kulturhistorischen Ausstellungen, S. 205.

¹² **Kühnberger:** Nicht alles für alle, aber für jeden etwas, S. 19.

¹³ **Arnade, Heiden:** Barrierefreiheit im Museum?, S. 46.

¹⁴ **Trevooren, Weber:** Einleitung: Barrieren wahrnehmen, verstehen und abbauen, S. 11.

¹⁵ **Glogner-Pilz/Föhl:** Das Kulturpublikum, S. 14.

¹⁶ **Renz:** Nicht-Besucherforschung, S. 115.

¹⁷ **ebd.**, S. 116.

¹⁸ **ebd.**, S. 113.

¹⁹ **ebd.**, S. 113.

²⁰ **ebd.**, S. 114.

²¹ **Diekmann:** Empirische Sozialforschung, S. 434.

²² **Renz:** Nicht-Besucherforschung, S. 139.

²³ **ebd.**, S. 140.

²⁴ **ebd.**, S. 147.

²⁵ **ebd.**, S. 146.

²⁶ **ebd.**, S. 146 f.

²⁷ **ebd.**, S. 142.

²⁸ **ebd.**, S. 141.

²⁹ **ebd.**, S. 154.

³⁰ **ebd.**, S. 154.

³¹ **ebd.**, S. 155.

³² **ebd.**, S. 152.

³³ **Mandel:** Audience Development, S. 42.

³⁴ **Renz:** Nicht-Besucherforschung, S. 156.

³⁵ **ebd.**, S. 156.

LITERATURVERZEICHNIS

Arnade, Sigrid, H.-Günter Heiden: Barrierefrei im Museum? In: Patrick D. Föhl, Stefanie Erdich, Hartmut John, Karin Maaß (Hg.): Das barrierefreie Museum, transcript, Bielefeld, 2007.

Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg, 2016 (10. Auflage).

Glogner-Pilz, Patrick: Publikumsforschung, VS-Verlag, Wiesbaden, 2012.

Kaiser, Brigitte: Inszenierung und Erlebnis in kulturhistorischen Ausstellungen, transcript, Bielefeld, 2006.

Kühnberger, Iris: Nicht alles für alle, aber für jeden etwas. In: Bundesverband Museumspädagogik e. V.: Standbein Spielbein – Museumspädagogik aktuell, Nr. 95, Hamburg, 2013.

Leidner, Rüdiger: Die Begriffe >>Barrierefreiheit<<, >>Zugänglichkeit<<, und >>Nutzbarkeit<< im Fokus. In: Patrick D. Föhl, Stefanie Erdich, Hartmut John, Karin Maaß (Hg.): Das barrierefreie Museum, transcript, Bielefeld, 2007.

Mandel, Birgit (Hg.): Audience Development, Kulturmanagement, kulturelle Bildung, kopaed, München, 2008.

Metzger, Folker: Barrierefreiheit und Besucherfreundlichkeit. In: Heike Krüchhoff, Martin Schmidt (Hg.): Das magische Dreieck, transcript, Bielefeld, 2007.

Renz, Thomas: Nicht-Besucherforschung, transcript, Bielefeld, 2016.

Schuck-Wersig, Petra; Gernot Wersig: Die Lust am Schauen oder Müssen Museen langweilig sein?, Mann Verlag, Berlin, 1986.

Tervooren, Anja; Jürgen Weber: Einleitung: Barrieren wahrnehmen, verstehen und abbauen. In: Anja Tervooren, Jürgen Weber (Hg.): Wege zur Kultur, Barrieren und Barrierefreiheit in Kultur und Bildungseinrichtungen, Böhlau Verlag, Wien, Köln, Weimar, 2012.

Wiens, Stefanie, Tobias Nettke: Wie kann Inklusion im Museum gelingen? In: Bundesverband Museumspädagogik e. V.: Standbein Spielbein – Museumspädagogik aktuell, Nr. 99, Hamburg, 2014.

Wunder, Michael: Behindert sein oder behindert werden? Zu Fragen von Ethik und Behinderung. In: Anja Tervooren, Jürgen Weber: Wege zur Kultur, Böhlau Verlag, Wien, Köln, Weimar, 2012.

