



Landratsamt  
Biberach

### **Vorbericht**

Vorlage Nr. 04-002-2024

Ziffer 3 der Tagesordnung  
KU-01-2024

Kreiskultur - und Archivamt  
Dr. Jürgen Kniep

**Kultur- und Schulausschuss**  
öffentlich am 01.03.2024

## **Ergebnisse der Publikumsbefragung 2022 im Oberschwäbischen Museumsdorf Kürnbach**

### **Beschlussvorschlag:**

Der Bericht wird zur Kenntnis genommen.

## Sachverhalt

Das Oberschwäbische Museumsdorf Kürnbach will mit seinen Bildungsangeboten möglichst viele verschiedene Zielgruppen erreichen und dank einer klaren Publikumsorientierung ein „Museum für alle“ sein. Wer die Perspektiven, Interessen und Bedürfnisse seiner Besucherinnen und Besucher berücksichtigen möchte, benötigt dafür aber eine verlässliche empirische Grundlage. Denn innerhalb gesellschaftlicher Wandlungsprozesse verändern sich auch die Freizeit- und Konsumgewohnheiten der Menschen – das macht umso wichtiger zu wissen, wer bereits warum ins Museum kommt und wie sich der Besuch konkret gestaltet. Zu den Prinzipien des modernen Museumsmanagements gehört es deshalb, über Publikumsbefragungen mehr über die Besucherstruktur und die Besuchspraxis zu erfahren.

### 1. Hintergrund der Befragung

Das Museumsdorf führt regelmäßig kleine Befragungen mit beschränktem Fokus durch. Alle zehn Jahre veranstaltet die Arbeitsgemeinschaft der großen ländlich-regionalen Freilichtmuseen in Baden-Württemberg, die „Sieben im Süden“, eine große, wissenschaftlich begleitete Publikumsbefragung. Dies war zuletzt 1999 und 2009 der Fall (vgl. die Vorstellung der Befragungsergebnisse in der Sitzung des Kultur- und Schulausschusses vom 25. November 2010).

Unter anderem aufgrund der Corona-Pandemie wurde die letzte umfassende Befragung 2022 durchgeführt. Die Ergebnisse liegen nun vor und wurden für die Gesamtheit der sieben Freilichtmuseen bereits veröffentlicht (vgl. die Broschüre „Publikumsbefragung 2022“ der Sieben im Süden im Anhang). In der Sitzung des Kultur- und Schulausschusses werden die Ergebnisse für das Oberschwäbische Museumsdorf Kürnbach im Detail dargestellt.

### 2. Wissenschaftliche Begleitung und methodisches Vorgehen

Die Befragung 2022 wurde wissenschaftlich konzipiert, durchgeführt und ausgewertet von dem renommierten Institut „Kulturevaluation Wegner“ aus Karlsruhe unter der Leitung von Dr. Nora Wegner. Die Kosten trug die Arbeitsgemeinschaft Sieben im Süden, die Landesstelle für Museen Baden-Württemberg übernahm dankenswerterweise die Hälfte.

Als Erhebungsmethode diente eine schriftliche Rückmeldung mit Hilfe von Fragebögen, die die Besuchenden nach dem Aufenthalt im Museum ausfüllen konnten. In den sieben Museen wurden das Publikum in drei sog. „Wellen“ im Juni, August und Oktober 2022 befragt. Die Befragungen fanden an verschiedenen Wochentagen sowie innerhalb und außerhalb von Schulferien statt, um mit den Methoden der empirischen Sozialwissenschaft ein aussagekräftiges, repräsentatives Bild zu erhalten.

Die Ansprache der Besuchenden fand in allen Freilichtmuseen – so auch in Kürnbach – durch eigens geschultes Personal statt, die Auswahl der Befragten erfolgte über eine Zufallsstichprobe. Insgesamt konnten 5.556 Personen in allen sieben Freilichtmuseen befragt werden, auf Kürnbach entfielen davon 1.136 Besucherinnen und Besucher (20,4%). Bei der Einordnung ist jedoch zu beachten, dass lediglich Personen ab 16 Jahren und nur Einzelpersonen befragt wurden (also nicht organisierte Gruppen). Zudem lag der Fragebogen nur in deutscher Sprache vor, was den Personenkreis entsprechend beeinflusste.

### 3. Ergebnisse der Befragung

#### a) Besuchendenstruktur

Beim **Alter der Befragten** zeigt sich eine sehr ausgewogene Altersstruktur (Abb. 1): Zwar bleibt die Altersgruppe der 20- bis 29-jährigen etwas hinter deren Anteil an der Gesamtbevölkerung zurück, dafür vermag das Museumsdorf aber in den anderen Altersgruppen sehr gleichmäßig zu

punkten. 22 Prozent der Besuchenden gehören zu den 30- bis 39-Jährigen, ein Spitzenwert unter den Sieben im Süden. Diese breite Altersstruktur zeigt, dass Kürnbach für sehr verschiedene Altersgruppen attraktive Angebote macht.

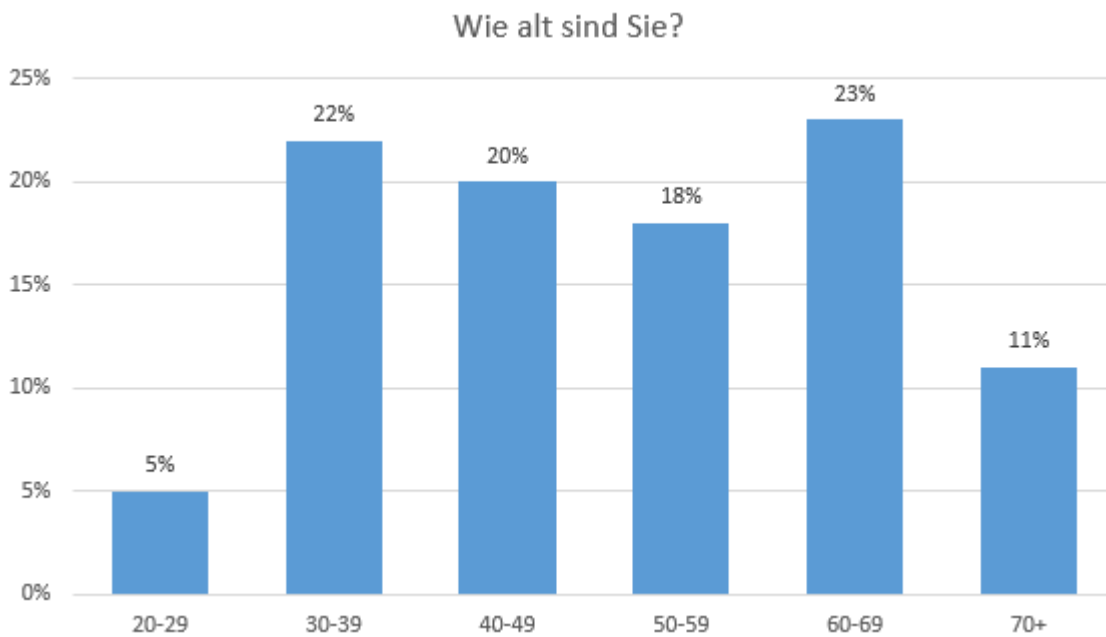


Abb. 1: Alter der Befragten (n=1066; nicht dargestellt: 16- bis 19-Jährige mit 0,8%)

Die Frage nach dem **Bildungsabschluss** gehört zu den Klassikern der Sozialwissenschaft (Abb. 2), wenngleich die Aussagekraft der Ergebnisse in Zeiten vielfältiger Berufs- und Bildungswege nachlässt und damit ausdrücklich keine Wertung verbunden ist. Dennoch ist als erfreulich zu bezeichnen, dass die Besucherinnen und Besucher des Museumsdorfs eine breite Bildungsstruktur aufweisen: Gerade bei den Besuchenden mit Hauptschul- und Realschulabschluss schneidet Kürnbach im Vergleich der Sieben im Süden sehr gut ab.

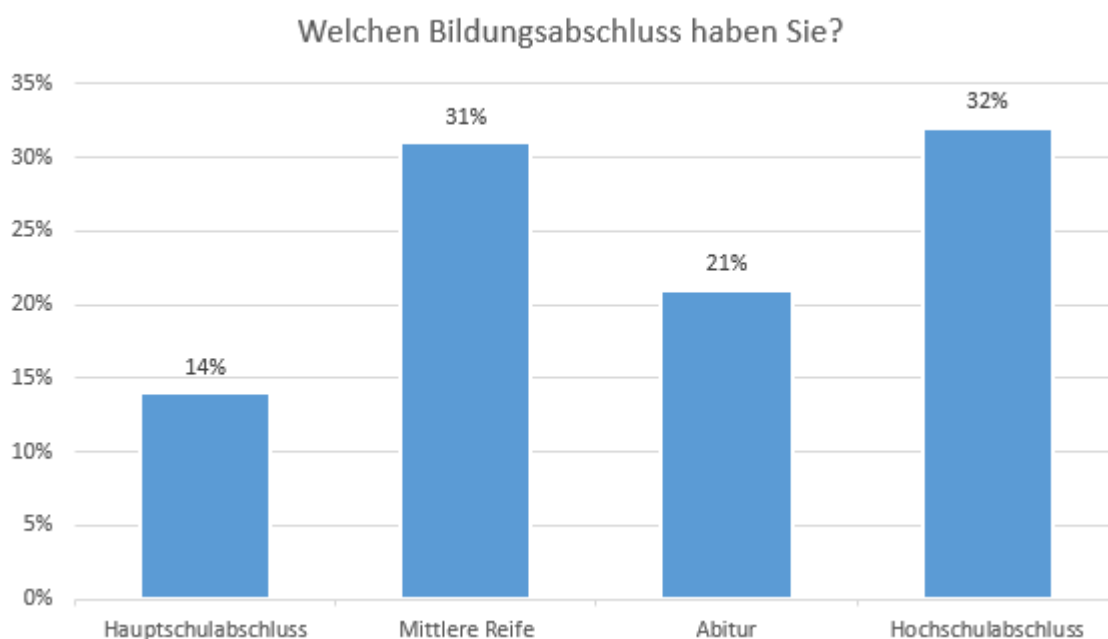


Abb. 2: (Angestrebter) Bildungsabschluss (n=1037; nicht dargestellt: „anderer Abschluss“ mit 2%)

Bringt man diese Ergebnisse in Verbindung mit der Frage, wie oft die Kürnbacher Besucherinnen und Besucher **andere Museen besuchen** (Abb. 3), vervollständigt sich das Bild.

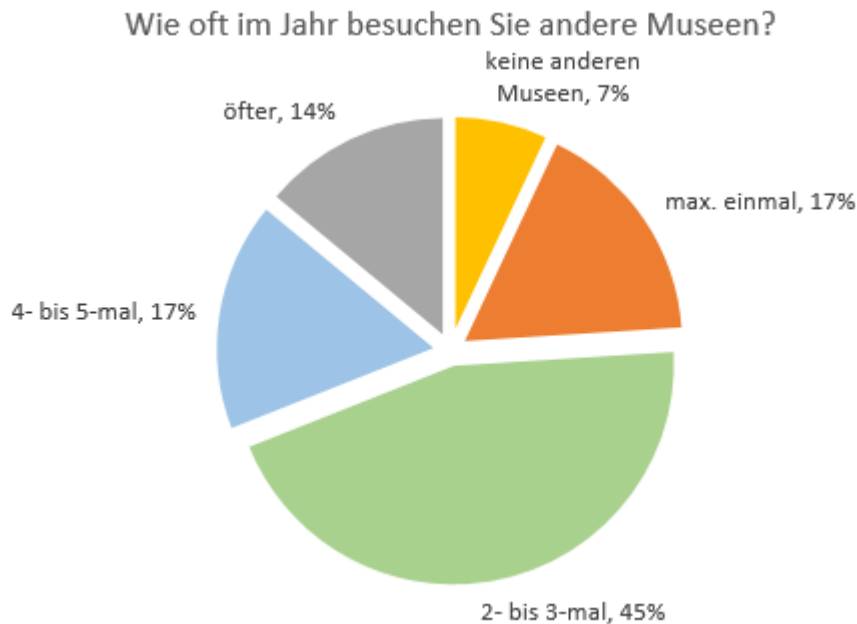


Abb. 3: Häufigkeit des Museumsbesuchs, unabhängig von der Corona -Pandemie (n=1091)

Die Ergebnisse zeigen, dass Kürnbach Angebote für die Gesellschaft in ihrer Breite macht: In das Freilichtmuseum des Landkreises Biberach kommen Menschen mit sehr verschiedenen Bildungshintergründen – und erfreulicherweise auch viele, die andere Museen kaum oder nie besuchen. Das Museumsdorf ist kein Ort allein für „Studierte“ oder spezielle Museumsliebhaber, sondern ein Museum für alle. Das macht das Museumsdorf zu einem wichtigen Ort des gesellschaftlichen Miteinanders und damit auch der kulturellen Teilhabe im ländlichen Raum.

### b) Museumsbesuch

Sehr erfreulich sind die Antworten auf die Frage nach dem **Erst- oder Wiederholungsbesuch**: Neben einer mit 35 Prozent vergleichsweise großen Gruppe von Menschen, die am jeweiligen Befragungstag zum ersten Mal in Kürnbach war, gaben 52 Prozent der Befragten an, bereits dreimal oder öfter im Museumsdorf zu sein und zählten damit zum Stammpublikum.

### Sind Sie heute zum ersten Mal im Museumsdorf?

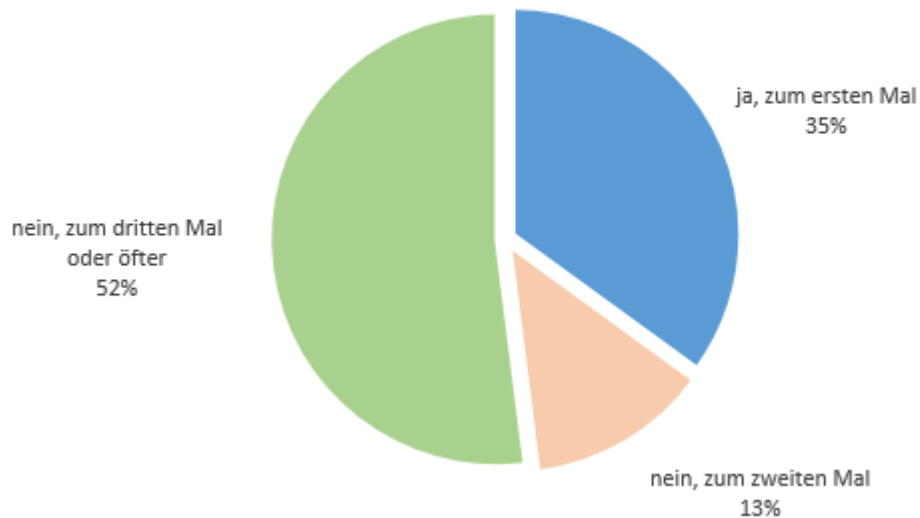


Abb. 4: Besuchshäufigkeit in Kürnbach (n=1134)

Es gelingt dem Museumsdorf mithin sehr gut, zum einen viele Menschen neugierig zu machen und zu ihrem ersten Besuch zu motivieren, zum anderen vermag das Museum dank überzeugender Inhalte, die Menschen danach immer wieder den Weg nach Kürnbach finden zu lassen. Der Anteil des Stammpublikums in Kürnbach liegt mit 52 Prozent auch deutlich höher als bei den Sieben im Süden insgesamt (hier: 43 Prozent).

Die **Frage nach dem Wohnort** zeigt (Abb. 5): Das Museumsdorf ist ein wichtiges touristisches Ziel, vor allem sprechen die Angebote aber Menschen aus der Region an.

### Wie weit ist ihr Wohnort vom Museum entfernt?

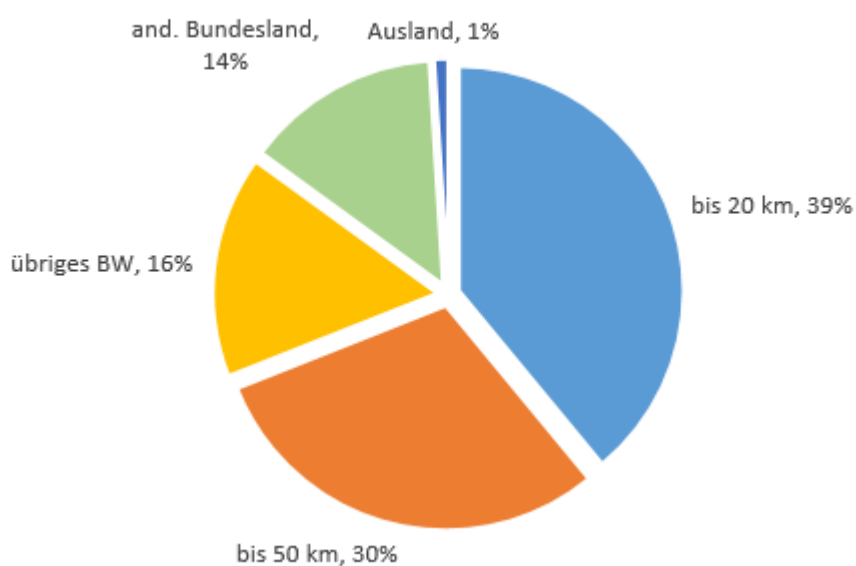


Abb. 5: Wohnort der Besucherinnen und Besucher (n=1101)

Die Ergebnisse unterstreichen eindrucksvoll, wie sehr Kürnbach ein Ort für die Menschen aus der Region ist: 39 Prozent der Befragten kamen aus einem Umkreis von 20 km nach Kürnbach, weitere 30 Prozent aus einem Umkreis von 50 km. Mithin kommen 69 Prozent der Besucher aus der Region. Dies beeindruckt umso mehr, da der Vergleichswert der in ihren Regionen ebenfalls stark verwurzelten anderen Freilichtmuseen in Baden-Württemberg deutlich niedriger, nämlich bei 57 Prozent liegt.

Bei der Frage: „**Mit wem sind Sie heute im Museum?**“ ist bemerkenswert, dass Freilichtmuseen – anders als andere Museumsarten – kaum von Einzelpersonen besucht werden. So kamen auch in Kürnbach (n=1131) lediglich 5 Prozent der Befragten alleine, alle weiteren Befragten waren gemeinsam mit anderen im Museum unterwegs. Darunter kamen die meisten mit ihrem Partner (27 Prozent), mit der Familie (25 Prozent), mit anderen Familienmitgliedern (19 Prozent) oder nur mit den Kindern (9 Prozent). Gemeinsam mit Freunden kamen 12 Prozent der Befragten. Diese Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung des Museumsdorfs als Ort des sozialen Miteinanders und des gesellschaftlichen Austauschs.

Der Wunsch nach unterhaltsamer Freizeitgestaltung auf der einen und Neugierde auf das Leben von früher sind keine Gegensätze – im Gegenteil: Sehr viele Besucherinnen und Besucher suchen in Kürnbach beides. Dies zeigt auch die Frage nach den **Erwartungen an den Museumsbesuch** (Abb. 6). Hier gaben unter anderem 81 Prozent der Besuchenden an, im Museum über das Alltagsleben von früher informiert werden zu wollen.

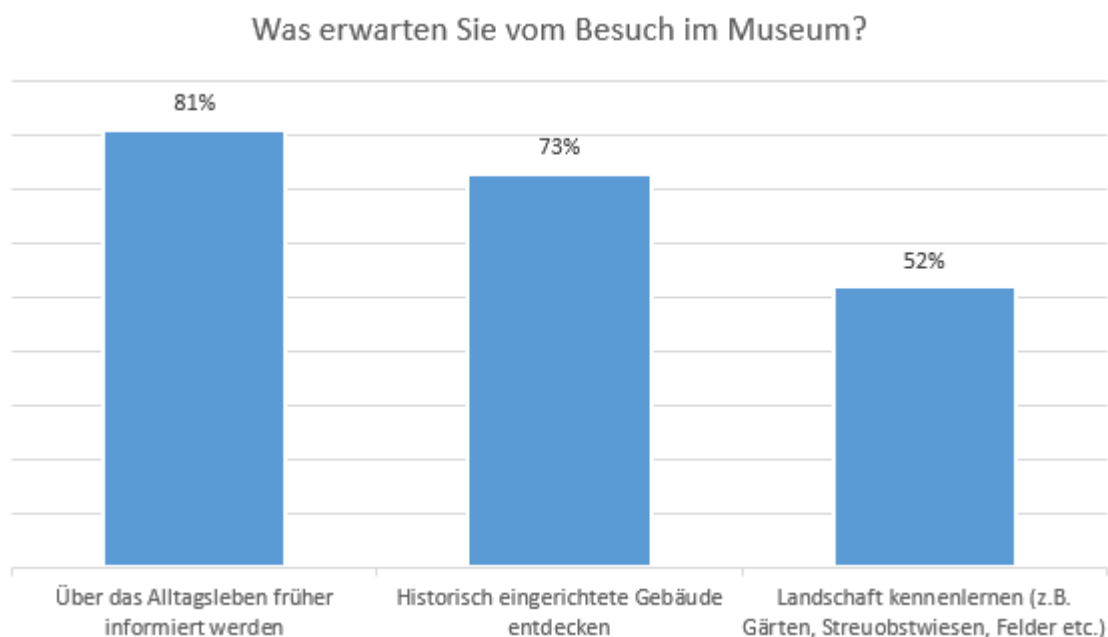


Abb. 6: Erwartungen an den Museumsbesuch (n=1121, Mehrfachnennungen möglich)

Von großer Bedeutung als **Besuchsanlass** sind die verschiedenen Veranstaltungen im Museumsdorf, 46 Prozent der Besucherinnen und Besucher gaben an, konkret wegen dieser Veranstaltung gekommen zu sein; zugleich vermerkten aber noch mehr Besuchende, nämlich 52 Prozent, dass das Freilichtmuseum insgesamt der Anlass für den Besuch gewesen sei (n=1134, Mehrfachnennungen möglich).

Das Oberschwäbische Museumsdorf Kürnbach tritt mit dem Anspruch an, Geschichte lebendig und mit allen Sinnen erlebbar zu machen. Der Bildungsauftrag ist zentral für den Auftrag des Museums – und entsprechend erfreulich ist es, dass 93 Prozent der Besucherinnen und Besucher angaben, die **Informationsangeboten** während ihres Besuchs tatsächlich genutzt zu haben (n=1064). Prominentes Medium waren die verschiedenen Informations- und Ausstellungstafeln im Museum (82 Prozent), wichtig waren aber auch der direkte Austausch mit und die Erklärungen von Museumshandwerkern (21 Prozent).

Für das Museumsteam besonders erfreulich ist, dass über zwei Drittel der Befragten angaben, dass sie über die bestehenden Angebote hinaus sogar gerne noch mehr Informationen erhalten würden (68%, n=724). Auch hier waren persönliche Informationen – etwa durch Museumshandwerker und andere Akteure, die Geschichte lebendig vermitteln – die favorisierte Form.

Zunehmend wichtiger werden **digitale Angebote**, so wünschen sich 12 Prozent der Befragten mehr digitale Inhalte. Bereits sehr bedeutend sind digitale Formate bei der Werbung für das Museum und der Planung des konkreten Museumsbesuchs: 20 Prozent der Besucher gaben an, über Online-Angebote des Museums (Website, Soziale Medien und Newsletter) überhaupt erst auf das Museum als konkretes Besuchsziel aufmerksam geworden zu sein (n=1133). Dies ist für Museen ein vergleichsweise hoher Wert und stellt zugleich der digitalen Marketingarbeit des Museumsdorfs ein sehr gutes Zeugnis aus.

Die Zufriedenheit der Besucherinnen und Besucher schlägt sich auch in einer langen **Verweildauer** nieder: Weil es auf dem großen Museumsgelände viel zu erleben gibt, halten sich die Besucherinnen und Besucher entsprechend lange auf (Abb. 6).



Abb. 7: Verweildauer auf dem Gelände (n=1113)

43 Prozent gaben an, bis zu drei Stunden auf dem Gelände zu sein, 39 Prozent bleiben sogar länger als drei Stunden. Das unterstricht die Bedeutung einer angemessenen Besuchsinfrastruktur im Museum: Wer so lange seine Zeit in Kürnbach verbringen will, benötigt gute Wege, ausreichend Möglichkeiten zu Pause und Einkehr, entsprechende Sanitäreinrichtungen und vieles mehr.

### c) Urteile zum Museum

Publikumsbefragungen sind auch immer eine gute Gelegenheit, um von den Besucherinnen und Besuchern allgemeine Urteile und zugleich Rückmeldungen zu ausgewählten Themen zu gewinnen. In der Publikumsbefragung erhielt das Museum für seine Angebote fast ausschließlich gute und sehr gute Noten, wie Abb. 7 mit der **Beurteilung ausgewählter Aspekte** zeigt.

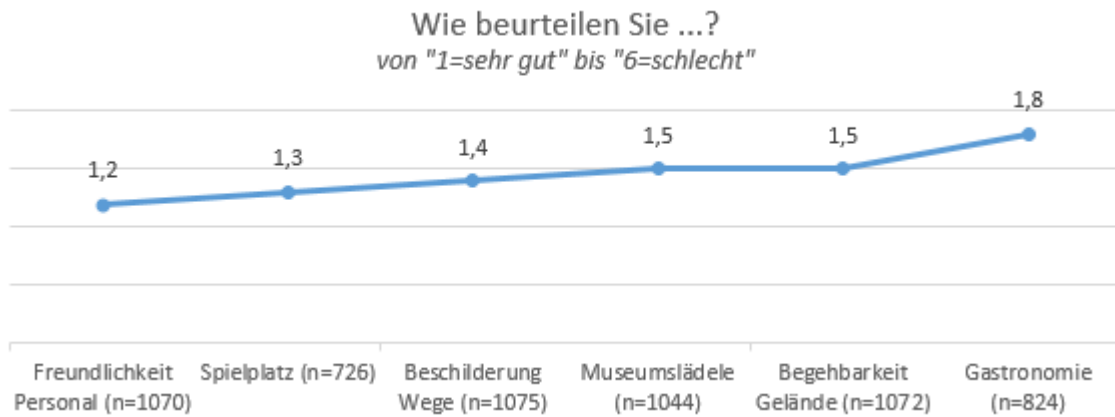


Abb. 8: Mittelwerte Beurteilung einzelner Aspekte (Mittelwertvergleich)

Die Rückmeldungen sind insgesamt sehr positiv, die Bewertung der Freundlichkeit des Personals mit 1,2 stellt im Vergleich zu anderen Museen einen Top-Wert dar.

In der Publikumsbefragung konnten die Besucherinnen und Besucher auch die Fragen „Was hat Ihnen heute besonders gut gefallen?“ und „Was hat Sie heute gestört? Hat Ihnen etwas gefehlt?“ mit freien Antworten beantworten. Hier finden sich neben vom Museum nicht zu verantwortenden Kritikpunkten – beispielsweise als negatives Urteil: zu viel Regen bzw. zu große Hitze – auch viele differenzierte Rückmeldungen, die museumsintern ausgewertet wurden und zum Teil schon zu Anpassungen bei den Planungen geführt haben (etwa bei den gastronomischen Angeboten).

Besonders erfreulich ist das **Gesamturteil der Besucherinnen und Besucher**, die dem Museumsdorf insgesamt im Mittelwertvergleich die Note 1,4 ausstellen. Dass sogar 69 Prozent der Menschen den Besuch als „sehr gut“ bewerten, stellt selbst innerhalb der Sieben im Süden einen von anderen Museen nicht erreichten Spitzenwert dar.

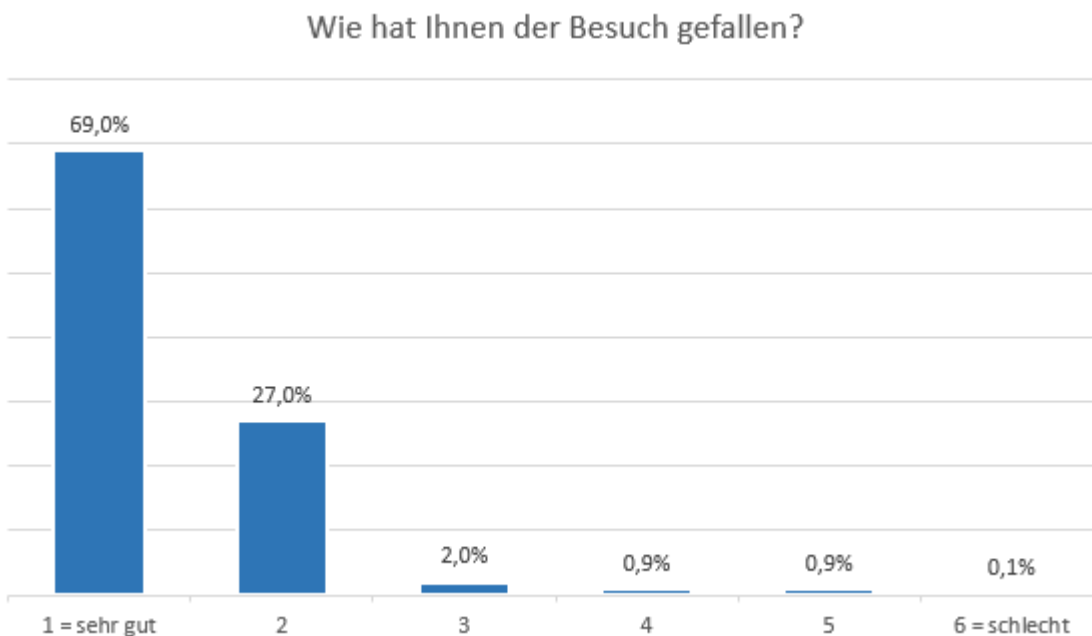


Abb. 9: Wie hat Ihnen der Besuch gefallen? (n=1100)



#### **d) Fazit**

Die Besucherinnen und Besucher haben dem Oberschwäbischen Museumsdorf Kürnbach im Rahmen der Publikumsbefragung 2022 ein unter dem Strich sehr gutes Zeugnis ausgestellt. Die verschiedenen Fragen haben gezeigt, dass das Museum des Landkreises Biberach eine sehr engagierte Vermittlungsarbeit mit klarer Besucherorientierung macht. Diese Angebote werden von den Menschen zumal aus der Region sehr gerne angenommen. Auf dem Weg zum Ziel eines Museums für alle zu sein, arbeitet das Museumsdorf bereits sehr erfolgreich und vermag verschiedene Zielgruppen zu erreichen.

Zugleich zeigen die Ergebnisse auch, dass bereits heute Baustellen bestehen etwa hinsichtlich der Besucher-Infrastruktur. In Zukunft werden noch größere Anstrengungen nötig werden, um in einer sich stets wandelnden Gesellschaft anhand klarer Ziele die Maßnahmen immer neu auszurichten und mit sich weiterhin verändernden Freizeit- und Konsumgewohnheiten Schritt halten zu können.

#### **Anlage:**

Publikation „Besucherbefragung 2022“ der Sieben im Süden (Anlage 1, öffentlich)