

3. ERGEBNISSE

3.1. BEVÖLKERUNGSUMFRAGE ZUR BEKANNTHEIT DER ÖSTERREICHISCHEN BUNDESMUSEEN

Die österreichischen Bundesmuseen waren auch im Jahr 2004 wieder die meistbesuchten Kultureinrichtungen Österreichs.

Im Rahmen der Evaluierung wurde als erste empirische Studie eine repräsentative Bevölkerungsumfrage durchgeführt. (Quelle: Untersuchungsbericht FESSEL–GfK, Institut für Marktforschung GmbH, Januar 2004, Anzahl der Befragten: 1003, Methode: CATI (Computer-Assisted Telephone Interviews), Befragungszeitraum: 19. bis 28. Januar 2004, Grundgesamtheit: österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren, Befragungsgebiet: bundesweit)

In dieser repräsentativen Befragung, die sowohl Besucher/innen wie Nicht-Besucher/innen von Museen umfasste, sollte unter anderem überprüft werden:

- der Bekanntheitsgrad der einzelnen Bundesmuseen,
- das Interesse an den einzelnen Bundesmuseen,
- der Besucher/innenanteil der Österreicher/innen in Bundesmuseen.

Zur Überprüfung der Chancen auf Wahrnehmung aller Kultur- und Bildungsangebote und von den Museen im Besonderen wurden folgende Fragen gestellt:

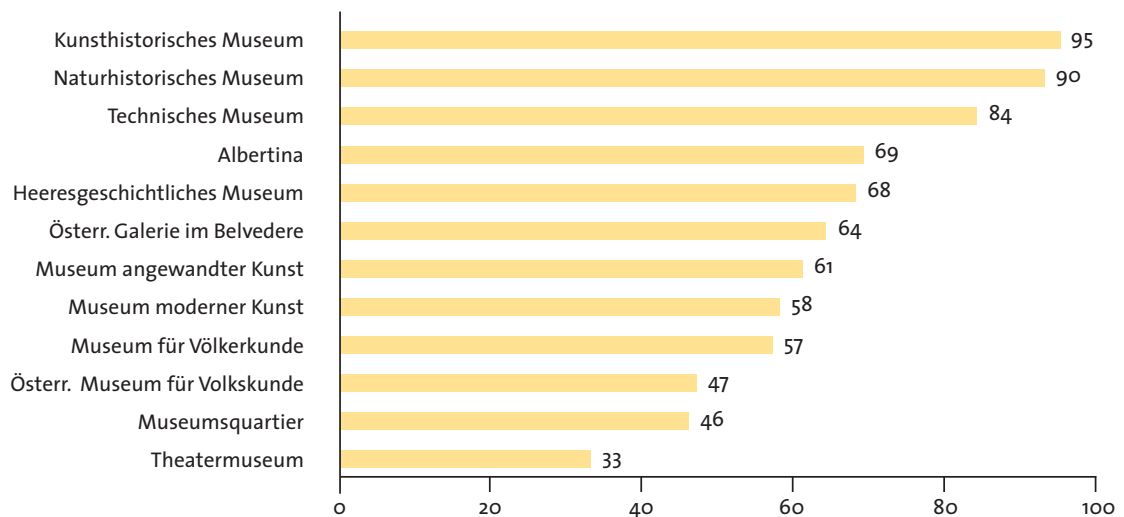
- Wie viel geben Sie persönlich monatlich durchschnittlich für kulturelle Veranstaltungen/Aktivitäten aus?
- Unabhängig vom tatsächlichen Eintrittspreis in einem Museum, welchen Betrag halten Sie persönlich für eine Eintrittskarte für ein Museum für zumutbar?

Schließlich wurde nach den primären Beweggründen für einen Besuch der Bundesmuseen gefragt. Hierbei war von besonderem Interesse, welchen Stellenwert Sonderausstellungen und andere temporäre Museumsangebote im Verhältnis zur Dauerausstellung der Museen haben.

Die nachfolgenden Grafiken geben darüber Aufschluss:

Bekanntheit der österreichischen Museen

„Haben Sie schon einmal etwas von den folgenden österreichischen Museen gehört oder gelesen?“



Angaben in Prozent

Quelle: FESSEL-GfK, „Österreichische Bundesmuseen 2004“, n = 1000, Befragungszeitraum: 19.01. – 28.01.2004

Grafik 1¹⁾

KOMMENTAR:

Das Kunsthistorische Museum (95%) und das Naturhistorische Museum (90%) sind die bekanntesten Museen bei der Bevölkerung in Österreich. Dicht gefolgt werden sie vom Technischen Museum Wien (84%).

Die Albertina (69%), das Heeresgeschichtliche Museum (68%), die Österreichische Galerie Belvedere (64%) und das MAK (61%) erreichten Bekanntheitswerte von über 60%. Das Museum moderner Kunst (58%) und das Museum für Völkerkunde, eine Einrichtung, die dem Kunsthistorischen Museum zugeordnet ist (57%),

können ebenfalls überdurchschnittliche Bekanntheitsgrade aufweisen.

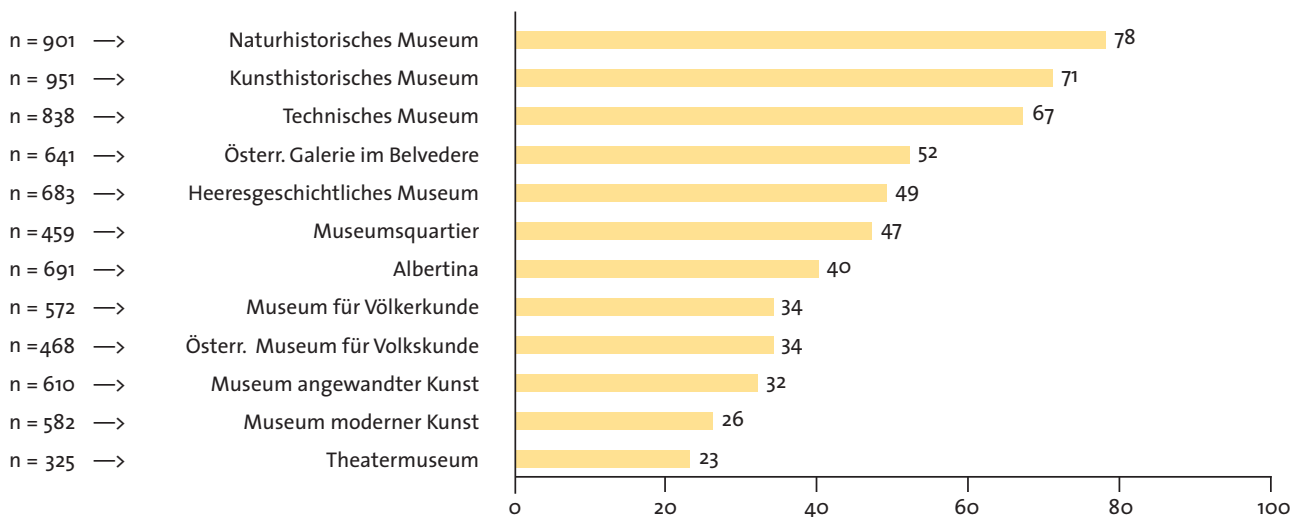
Bei der Beurteilung der Bekanntheitswerte der Bundesmuseen muss bedacht werden, dass die älteren, eher unveränderten Einrichtungen hier deutlich höhere Werte erzielen als die neu gegründeten oder kürzlich wieder eröffneten Einrichtungen.

Ferner ist zu bedenken, dass das Interesse der Bevölkerung an der alten, klassischen Kunst und Kultur weltweit immer deutlich vor dem der Gegenwartskunst liegt.

¹⁾ Die Bezeichnungen der Bundesmuseen in den Grafiken 1 bis 8 wurden von der Firma Fessel-GfK, Institut für Marktforschung, übernommen und entsprechen teilweise nicht dem Bundesmuseen-Gesetz, BGBl. I, Nr. 14/2002.

Besuch österreichischer Museen

„Waren Sie schon einmal dort?“



Angaben in Prozent, Basis: Museum bekannt

Quelle: FESSEL-GfK, „Österreichische Bundesmuseen 2004“, n = 1000, Befragungszeitraum: 19.01. – 28.01.2004

Grafik 2

KOMMENTAR:

Die Ergebnisse zu dieser Frage hängen eng mit denen auf die vorstehende Frage zusammen. Hier sind nur Antworten von denjenigen Personen berücksichtigt worden, die eines der angeführten Museen bereits kennen.

Die von den Österreicher/innen am meisten besuchten Museen sind das Naturhistorische Museum (78%), das Kunsthistorische Museum (71%) sowie das Technische Museum Wien (67%).

Die Österreichische Galerie Belvedere wird noch von

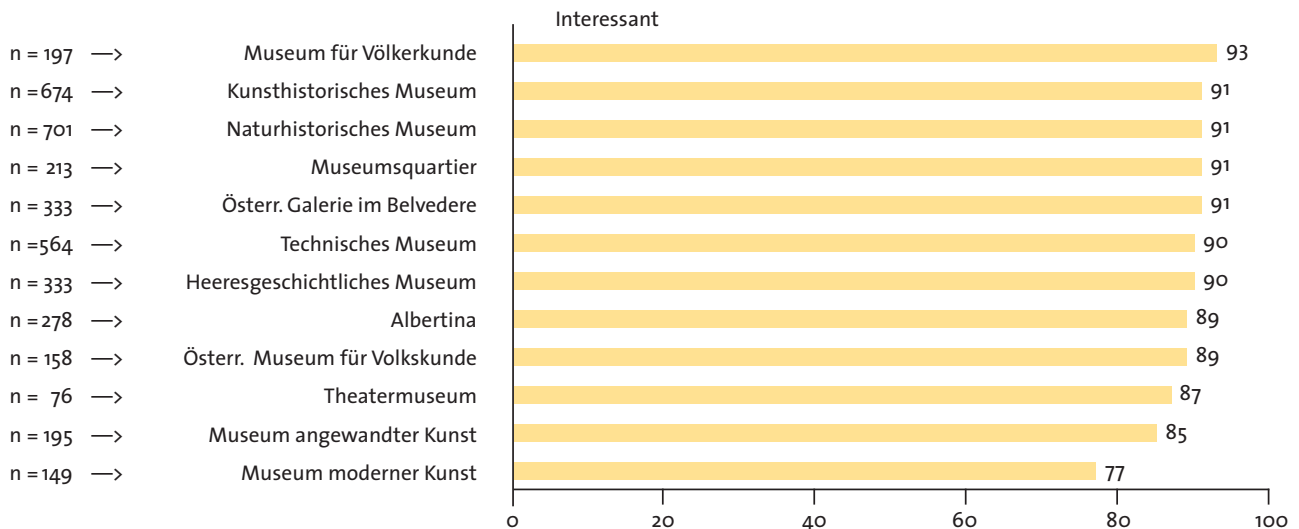
mehr als der Hälfte derjenigen Österreicher/innen (52%) besucht, denen dieses Haus bekannt ist.

Bei diesen Umfragewerten ist zu berücksichtigen, dass die Bekanntheit wie die Besuchshäufigkeit der Museen ausschließlich von der österreichischen Bevölkerung beurteilt wurde. Internationale Touristen/innen konnten nicht in die Umfrage einbezogen werden.

Wie sich die Besucher/innenstrukturen der Bundesmuseen im Einzelnen zusammensetzen, wurde durch eine Besucher/innenbefragung in drei ausgewählten Museen überprüft.

Interesse an österreichischen Museen

„Und finden Sie dieses Museum eher interessant oder eher uninteressant?“



Angaben in Prozent, Basis: Museum besucht

Quelle: FESSEL-GfK, „Österreichische Bundesmuseen 2004“, n = 1000, Befragungszeitraum: 19.01. – 28.01.2004

Grafik 3

KOMMENTAR:

Auch die Ergebnisse zur Frage, ob die Besucher/innen eines bestimmten Museums dieses als eher interessant oder eher uninteressant finden, hängen eng mit denen auf die vorstehende Frage zusammen. Hier sind nur Antworten von denjenigen Personen berücksichtigt worden, die eines der aufgeführten Museen besucht hatten.

Das Museum für Völkerkunde (93%), eine Außenstelle des Kunsthistorischen Museums, sowie das Kunsthistorische Museum (91%), das Naturhistorische Museum (91%), das Museumsquartier (91%) sowie die Österreichische Galerie Belvedere (91%) sind die interessantesten Museen für diejenigen Österreicher/innen, die diese Museen besucht haben. Dicht gefolgt in der Einschätzung des Interessanzgrades werden sie vom Technischen Museum

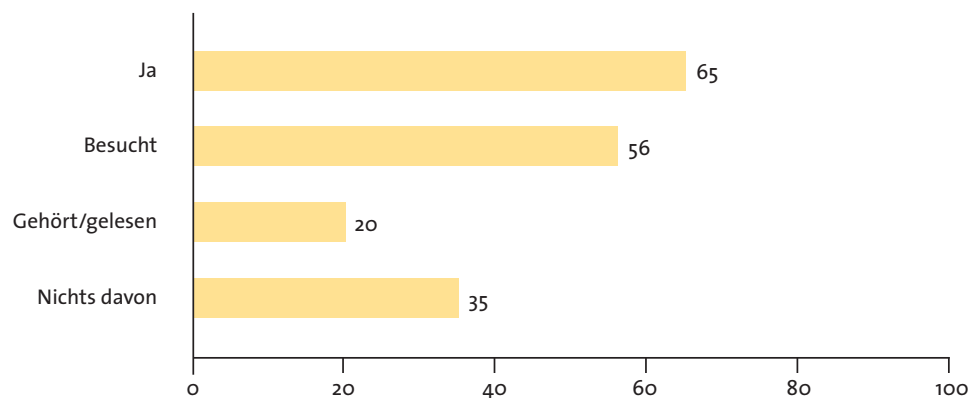
Wien und vom Heeresgeschichtlichen Museum (90%) sowie von der Albertina und vom Österreichischen Museum für Volkskunde (89%). Das Theatermuseum (87%) und das MAK (85%) werden ebenfalls als sehr interessante Museen beurteilt. Selbst das Museum moderner Kunst wird von 77% der befragten österreichischen Besucher/innen als eher interessant eingestuft.

Diese Ergebnisse sind außergewöhnlich gut und sprechen für die Qualität und Attraktivität der Museumsausstellungen und der sonstigen Museumsangebote.

Bei der Beurteilung dieser für alle Bundesmuseen ganz hervorragenden Werte muss zudem berücksichtigt werden, dass sich die Befragung der Bekanntheit der Museen und ihrer Interessanzgrade auf Personen in ganz Österreich erstreckte und somit keinesfalls nur die Wiener Bevölkerung zu den in Wien gelegenen Bundesmuseen geantwortet hat.

Bekanntheit anderer österreichischer Museen

„Haben Sie schon andere österreichische Museen besucht oder gibt es welche, von denen Sie nur gehört oder gelesen haben?“



Angaben in Prozent

Quelle: FESSEL-GfK, „Österreichische Bundesmuseen 2004“, n = 1000, Befragungszeitraum: 19.01. – 28.01.2004

Grafik 4

KOMMENTAR:

Die Bekanntheitswerte anderer österreichischer Museen liegen mit 65% zwar durchaus auf hohem Niveau, aber – gemessen an denen der Bundesmuseen – deutlich niedriger.

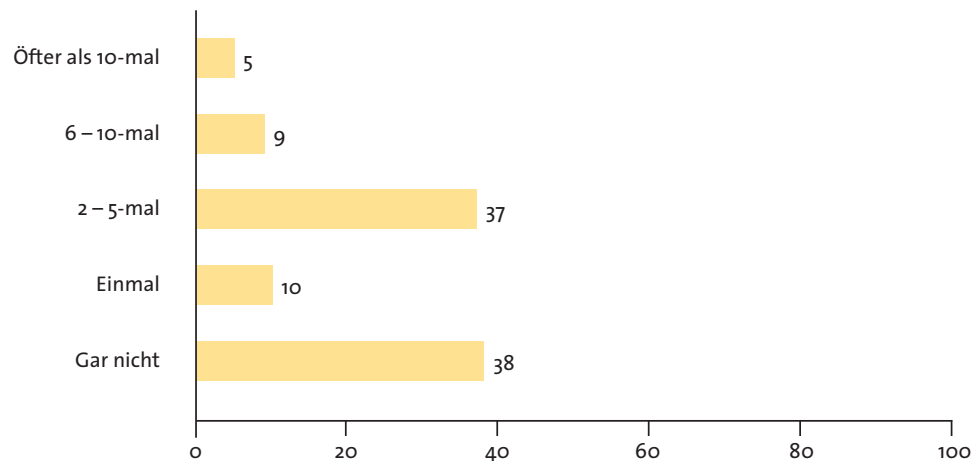
Gut die Hälfte der befragten österreichischen Bevölkerung (56%) besucht auch andere Museen.

Von den Nicht-Besucher/innen (44%) hat immerhin knapp die Hälfte (oder 20% aller Befragten) bereits über andere Museen etwas gehört / gelesen.

35% aller Befragten haben noch nie ein Museum besucht oder etwas über ein Museum gelesen.

Persönliche Museumsbesuche in den letzten 12 Monaten

„Ungefähr wie oft waren Sie in den letzten 12 Monaten in einem Museum?“



Angaben in Prozent

Quelle: FESSEL-GfK, „Österreichische Bundesmuseen 2004“, n = 1000, Befragungszeitraum: 19.01. – 28.01.2004

Grafik 5

KOMMENTAR:

Diese Frage präzisiert noch einmal die Unterscheidung von Besucher/innen und Nicht-Besucher/innen.

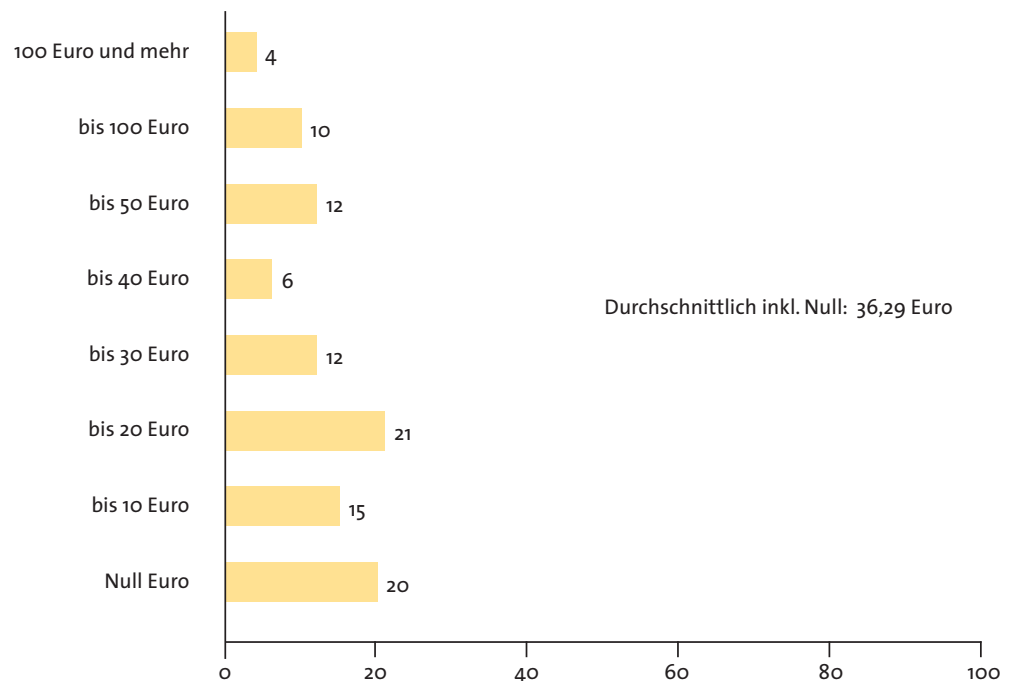
Interessant ist dabei die Übereinstimmung mit den Antworten auf die vorstehend dargestellten Ergeb-

nisse. 38% haben in den vergangenen 12 Monaten gar kein Museum besucht.

10% der Befragten waren im vergangenen Jahr nur einmal in einem Museum, während insgesamt 51% zu den gelegentlichen bzw. regelmäßigen Museumsbesucher/innen zählen.

Durchschnittliche Ausgaben für kulturelle Veranstaltungen / Aktivitäten pro Monat

„Wie viel geben Sie persönlich durchschnittlich für kulturelle Veranstaltungen oder Aktivitäten aus?“



Angaben in Prozent

Quelle: FESSEL-GfK, „Österreichische Bundesmuseen 2004“, n = 1000, Befragungszeitraum: 19.01. – 28.01.2004

Grafik 6

KOMMENTAR:

Die Angaben der Befragten zu ihren durchschnittlichen monatlichen Kulturausgaben geben einen Anhaltspunkt, welche kostenpflichtigen Kulturangebote in welcher Frequenz von welchen Bevölkerungsgruppen wahrgenommen werden.

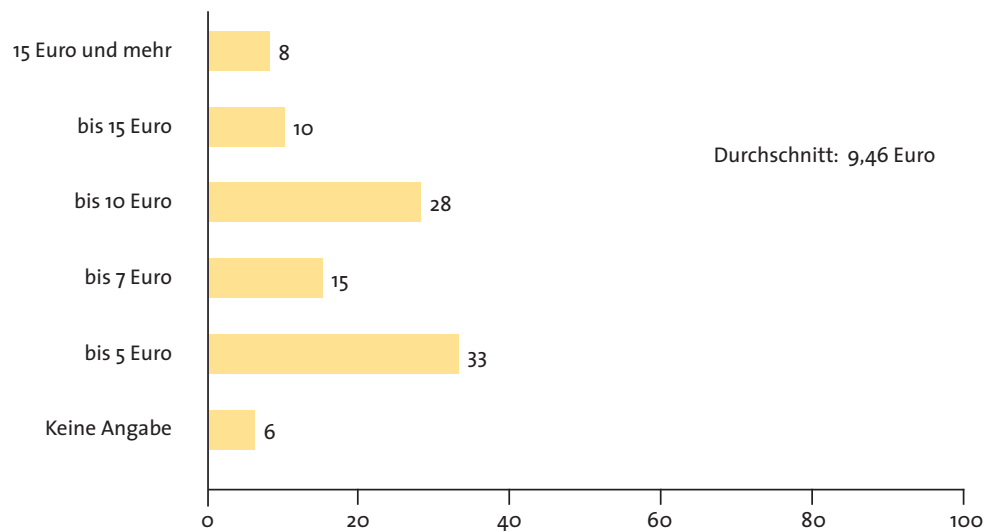
20% der Bevölkerung geben überhaupt kein Geld für kulturelle Veranstaltungen/Aktivitäten aus.

15% geben weniger als 10 EURO pro Monat für kulturelle Veranstaltungen aus, 21% weniger als 20 EURO. Jeweils 12% geben weniger als 30 EURO bzw. 50 EURO aus, 6% weniger als 40 EURO.

14% aller Befragten geben Beträge über 100 EURO monatlich für Kulturveranstaltungen aus.

Akzeptable Höhe der Eintrittspreise

„Abgesehen davon, wie viel der Eintritt in ein Museum tatsächlich kostet, welchen Betrag halten Sie persönlich für eine Eintrittskarte für ein Museum für zumutbar?“



Angaben in Prozent

Quelle: FESSEL-GfK, „Österreichische Bundesmuseen 2004“, n = 1000, Befragungszeitraum: 19.01. – 28.01.2004

Grafik 7

KOMMENTAR:

Die Auswertung der Antworten auf die Frage, wie viel ein/e potentielle/r Besucher/in maximal für eine Eintrittskarte in eines der Museen ausgeben würde, zeigt die Grenzen auf, den Eigendeckungsgrad von Museen durch eine generelle Preiserhöhung an der Museumskasse erreichen zu wollen.

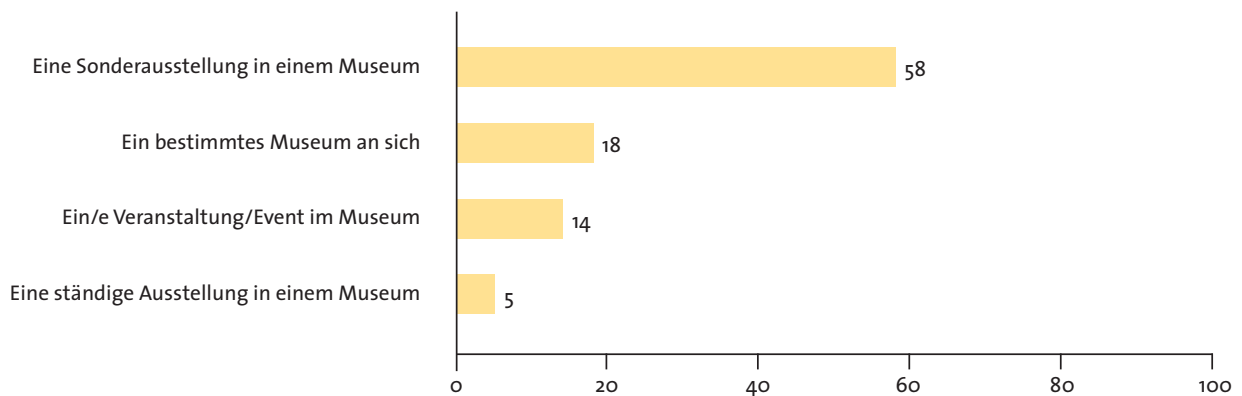
Die Preisgrenzen sind dort als besonders sensibel anzusehen, wo sich die Besucher/innenstrukturen eines Museums durch einen besonders hohen Anteil an Familienbesuchern und an jungen Besucher/innen auszeichnen.

Ein etwas höheres Preisniveau wird in der Regel nur von internationalen Kunst- und Kulturtouristen/innen relativ klaglos akzeptiert. Bei dieser Zielgruppe stellt der Museumseintritt einen eher kleinen Budgetposten in den gesamten Reisekosten dar, und so ist man offensichtlich eher bereit, höhere Preise zu akzeptieren, die man möglicherweise aus dem eigenen Herkunftsland ohnehin gewohnt ist.

Hierzu wird die Besucher/innenbefragung an drei ausgewählten Bundesmuseen weitere interessante Aufschlüsse ermöglichen.

Anlass für Museumsbesuche

„Was ist bzw. wäre für Sie am ehesten ein Anlass ein Museum zu besuchen?“



Angaben in Prozent

Quelle: FESSEL-GfK, „Österreichische Bundesmuseen 2004“, n = 1000, Befragungszeitraum: 19.01. – 28.01.2004

Grafik 8

KOMMENTAR:

Die Potenziale der meisten österreichischen Bundesmuseen liegen in ihrem besonderen Angebotsspektrum. Sie zeigen regelmäßig neben ihren international bekannten Dauerausstellungen auch stets wechselnde, meist große und sehr bedeutende Sonderausstellungen.

Es war nun von besonderem Interesse, was für die Österreicher/innen am ehesten ein Anlass wäre, ein Museum zu besuchen.

Vor der Interpretation dieser Werte muss darauf hingewiesen werden, dass sich die Antworten auf Museums-

besuche im Allgemeinen beziehen und eben nicht speziell auf die österreichischen Bundesmuseen.

Hier zeigt sich sehr deutlich, dass die temporären Museumsangebote, insbesondere die Sonderausstellungen (58%) nach wie vor den wichtigsten Anlass für einen Museumsbesuch darstellen.

Die Dauerausstellung war nur von 5% als wichtigster Anlass für einen Museumsbesuch genannt worden.

Dieser Wert dürfte sich bei Einschränkung auf die österreichischen Bundesmuseen und bei Einbezug von internationalen Touristen/innen deutlich anders darstellen.

3.2. BESUCHER/INNENBEFRAGUNG AN DREI AUSGEWÄHLTEN BUNDESMUSEEN:

- Technisches Museum Wien (TMW),
- Kunsthistorisches Museum (KHM) und
- Albertina

Im Rahmen der Evaluierung wurde im Sommer 2004 eine Besucher/innenstudie in Auftrag gegeben. Diese Befragung führte das ZEB – Zentrum für Evaluierung und Besucherforschung, Karlsruhe, unter der Leitung von Prof. Dr. Hans Joachim Klein, in mehreren Untersuchungsabschnitten durch. Die Auswahl der Museen erfolgte nach Sammlungsschwerpunkten und nach besucher/innenbezogenen Kriterien. Es war wichtig, entsprechend den jeweils spezifischen Profilen der einzelnen Häuser die Hauptsammelgebiete Kunst, Kulturgeschichte und Technik/Naturwissenschaften repräsentiert zu haben. Ferner sollten Häuser mit deutlich unterschiedlichen Besucher/innenprofilen vertreten sein.

Die wichtigsten Ergebnisse dieser Befragungen sind in der Folge zusammengefasst.

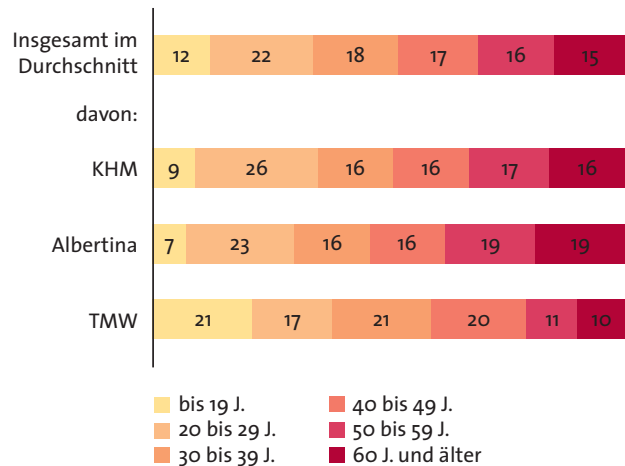
3.2.1. Ergebnisse der Befragung von Individualbesucher/innen

Eine Befragung der Individualbesucher/innen (ab 16 Jahren) wurde im Erhebungszeitraum vom 27.07. bis 15.08.04 (im TMW bis 18.08.04) in der Ferienzeit durchgeführt. Im TMW wurden 1.013 Personen an 20 Tagen, in der Albertina 1.233 Personen an 18 Tagen und im KHM 827 Personen an 18 Tagen befragt.

Durch die Umfrage sollten u. a. Erkenntnisse gewonnen werden über

- Erst- oder Folgebesuch
- Alter, Geschlecht und Bildungsstand der Museumsbesucher/innen
- Wohnorte / Herkunftsländer der Museumsbesucher/innen
- Häufigkeit von Museumsbesuchen pro Jahr
- die Motivation für den Museumsbesuch
- den bevorzugten Museumstyp und
- bereits besuchte Wiener Museen.

Alter der Museumsbesucher/innen



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 1891 (TMW), n = 1965 (Albertina), n = 1524 (KHM), Befragungszeitraum: 27.07. – 15.08.04 (KHM u. Albertina), 27.07. – 18.08.04 (TMW) und 06. – 26.09.04 (TMW, Albertina, KHM).

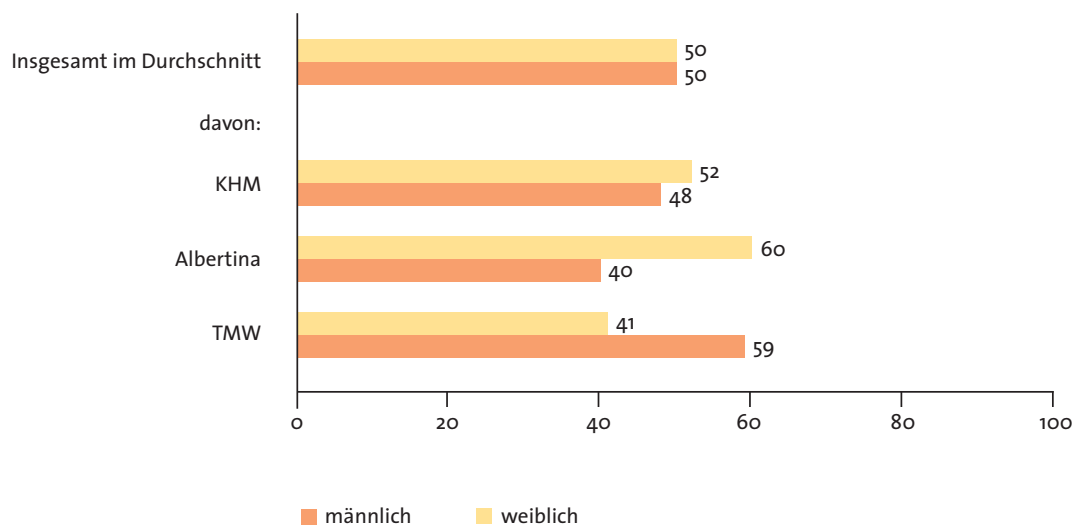
Grafik 9

KOMMENTAR:

In der Albertina (23%) und im KHM (26%) ist die Altersgruppe der 20-29-Jährigen sehr stark vertreten. Im KHM und in der Albertina machen die mittleren Altersklassen zwischen 30 und 49 Jahren jeweils knapp ein Drittel aus. Beide Museen sind besonders bei den älteren Jahrgängen beliebt. In der Albertina sind insgesamt 38% über 50 Jahre, im KHM 33%. Dies ist eine für kunst- und kulturgeschichtliche Museen international typische Altersverteilung.

Den größten Prozentsatz (21%) an Jugendlichen bis 19 Jahren weist das TMW auf. Das belegt seine Beliebtheit als Familienmuseum. Mit 41% sind dort die Altersgruppen der 30-49-Jährigen am stärksten besetzt. Hier scheinen sich vor allem die Eltern(teile), die Kinder und Jugendliche begleiten, wieder zu finden.

Geschlechterverteilung der Besucher/innen in österreichischen Bundesmuseen



Angaben in Prozent

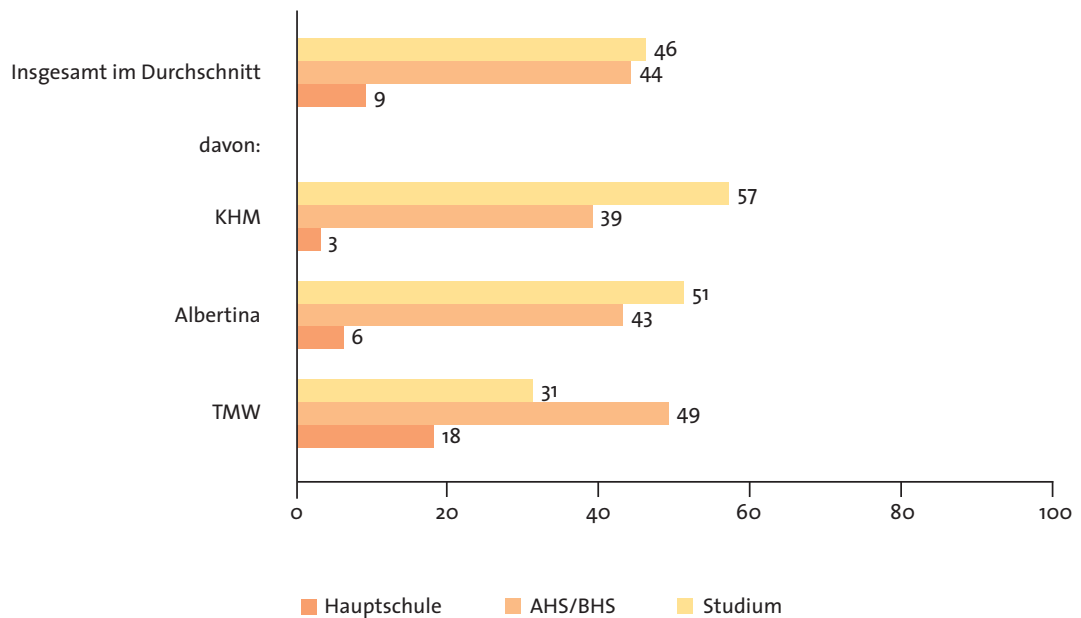
Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 1889 (TMW), n = 1961 (Albertina), n = 1515 (KHM), Befragungszeitraum: 27.07. – 15.08.04 (KHM u. Albertina), 27.07. – 18.08.04 (TMW) und 06. – 26.09.04 (TMW, Albertina, KHM).

Grafik 10

KOMMENTAR:

Im Kunsthistorischen Museum ist das Geschlechterverhältnis etwa ausgeglichen. In der Albertina überwiegt der Anteil an Frauen mit 60% deutlich. Im TMW dagegen ist – wie bei Technikmuseen weltweit zu beobachten – ein ebensolcher Überhang an männlichen Besuchern (59%) festzustellen.

Bildungsstand der Museumsbesucher/innen



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 1835 (TMW), n = 1950 (Albertina), n = 1504 (KHM), Befragungszeitraum: 27.07. – 15.08.04 (KHM u. Albertina), 27.07. – 18.08.04 (TMW) und 06. – 26.09.04 (TMW, Albertina, KHM).

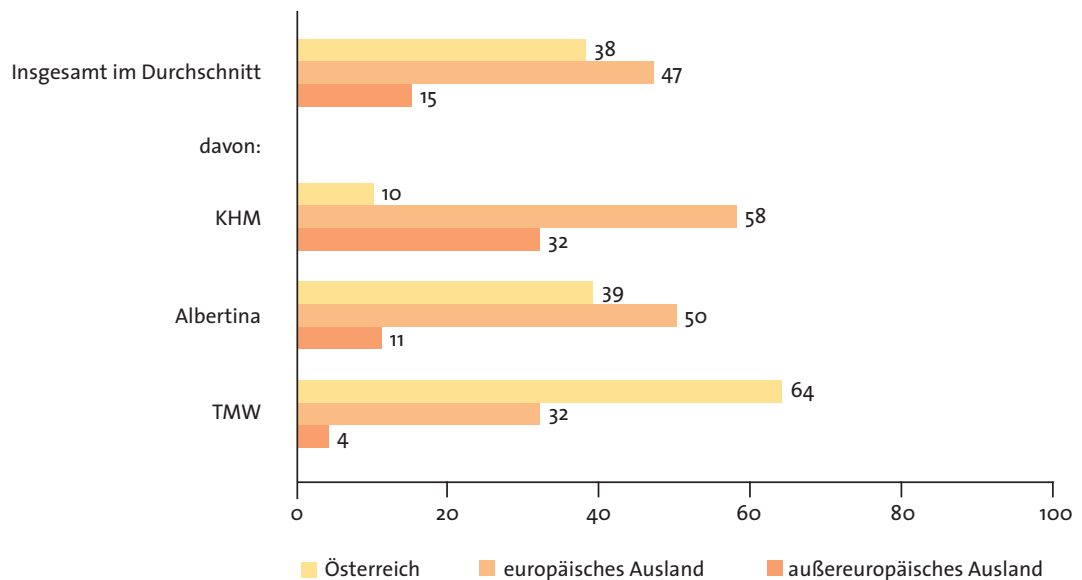
Grafik 11

KOMMENTAR:

Den größten Anteil an Besucher/innen mit Hauptschulabschluss hat das TMW (18%) zu verzeichnen. In der Albertina (6%) und im KHM (3%) sind es deutlich weniger. Besucher/innen mit einem Abschluss an einer allgemein bildenden höheren Schule (AHS) oder an einer berufsbildenden höheren Schule (BHS) finden sich an allen drei Häusern zu durchschnittlich 44%. Die Bildungsabschlüsse der überwiegend ausländischen Besucher/innen des KHM sind nicht immer dem österreichischen Bildungssystem eindeutig zuordenbar.

Stärkere Unterschiede zeigen sich in den Anteilen an akademisch gebildeten Besucher/innen. Mehr als die Hälfte der Besucher/innen im KHM und in der Albertina besitzen einen Studienabschluss oder sind Studenten/innen. Der Anteil an Akademiker/innen liegt mit einem knappen Drittel aller Besucher/innen im TMW etwas niedriger. An den beiden kunst- und kulturgeschichtlichen Museen, dem KHM und der Albertina, überwiegen Akademiker/innen mit geistes- und sozialwissenschaftlichen, im TMW – erwartungsgemäß – Absolventen/innen naturwissenschaftlich-technischer Studienrichtungen.

Wohnorte und Herkunftsländer der Museumsbesucher/innen



Grafik 12

KOMMENTAR:

Das KHM zählt zu den Fixpunkten der touristischen Wienbesucher/innen. Im Untersuchungszeitraum kam ein Drittel der Befragten aus Übersee (vor allem USA, Ost- bzw. Südostasien). In den Ferienmonaten August und September betrug der Anteil ausländischer Besucher/innen im KHM insgesamt 90%. Dieser ungewöhnlich hohe ausländische Besucher/innenanteil des KHM bestätigt den überregionalen Stellenwert des Hauses, seinen globalen Bekanntheitsgrad und die Bedeutung des Museums für den Wien-Tourismus.

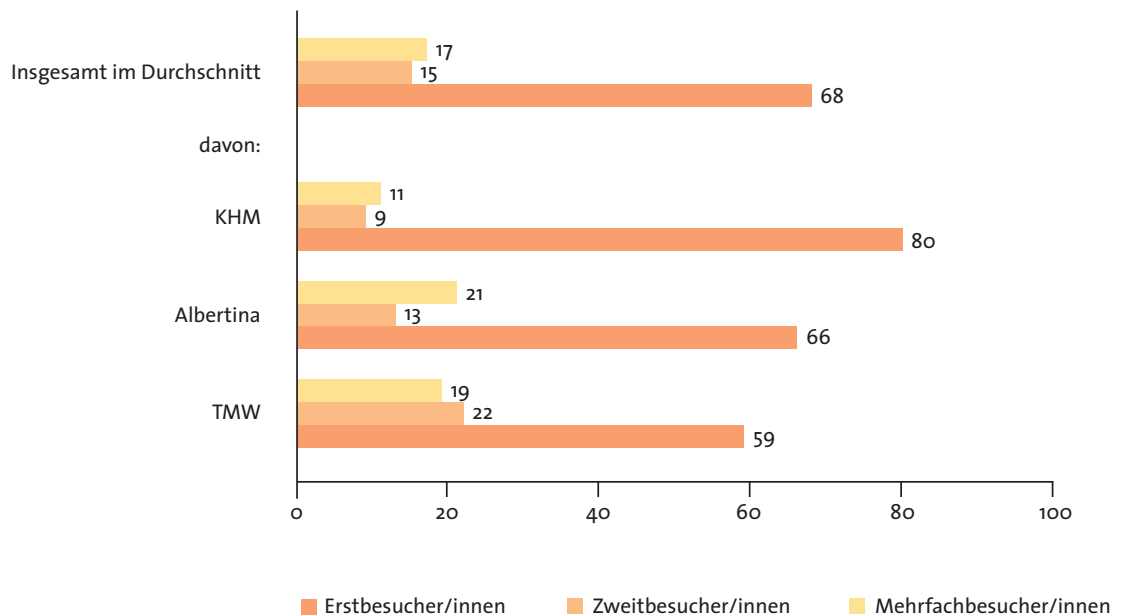
Auch die Albertina war im Befragungszeitraum ein besonderer Anziehungspunkt für Besucher/innen aus dem europäischen Raum. Bemerkenswert ist der hohe Anteil österreichischer Besucher/innen (39%), was teilweise sicherlich damit zusammenhängt, dass das Haus

nach jahrelanger Schließung wieder für das Publikum zugänglich ist. Zudem ist die Albertina mit ihren häufig wechselnden Sonderausstellungen touristischer und heimischer Anziehungspunkt gleichermaßen.

Gegenüber den beiden genannten Museen steht das TMW – in seiner Funktion als Familienmuseum – besonders bei den einheimischen Besucher/innen hoch im Kurs. 64% aller Besuche entfallen auf Österreicher/innen, davon kamen ein Drittel aus Wien und zwei Drittel aus den Bundesländern. Das TMW zog darüber hinaus immerhin 36% an ausländischen Besucher/innen an, wobei 4% der Befragten aus Übersee waren. Das Befragungsergebnis unterstreicht den Stellenwert des TMW als national und international anerkanntes Haus für Technikgeschichte und für die Geschichte von Innovationen in Österreich.

Die Relation von Erst- zu Folgebesuchen

„Sind Sie heute zum ersten Mal im TMW / in der Albertina / im KHM?“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 1895 (TMW), n = 1997 (Albertina), n = 1536 (KHM), Befragungszeitraum: 27.07. – 15.08.04 (KHM u. Albertina), 27.07. – 18.08.04 (TMW) und 06. – 26.09.04 (TMW, Albertina, KHM).

Grafik 13

KOMMENTAR:

Den höchsten Anteil an Erstbesucher/innen weist das KHM mit 80% der Befragten auf. Dies entspricht seinem hohen Anteil an touristischen Besucher/innen.

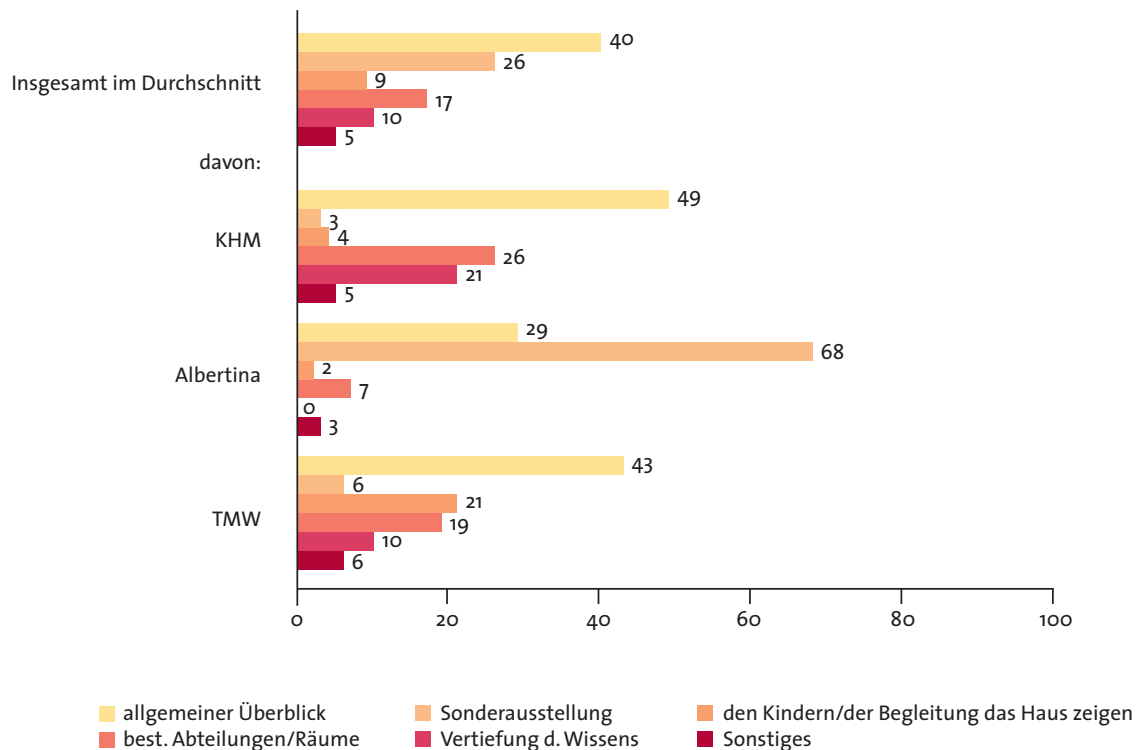
Die Albertina weist nicht zuletzt auf Grund ihrer langen Schließungszeit ebenfalls einen hohen Anteil an

Erstbesucher/innen auf.

Das TMW hat mit 22% im Vergleich zu den beiden anderen Museen die höchsten Folge- und Mehrfachbesucher/innenanteile, was auf einen hohen Stammpublikumsanteil schließen lässt.

Motivation zum Museumsbesuch

„Welches ist der Hauptgrund für Ihren heutigen Besuch?“



Angaben in Prozent (Mehrfachnennungen möglich, daher Prozentsumme >100)

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 1898 (TMW), n = 1990 (Albertina), n = 1534 (KHM), Befragungszeitraum: 27.07. – 15.08.04 (KHM u. Albertina), 27.07. – 18.08.04 (TMW) und 06. – 26.09.04 (TMW, Albertina, KHM).

Grafik 14

KOMMENTAR:

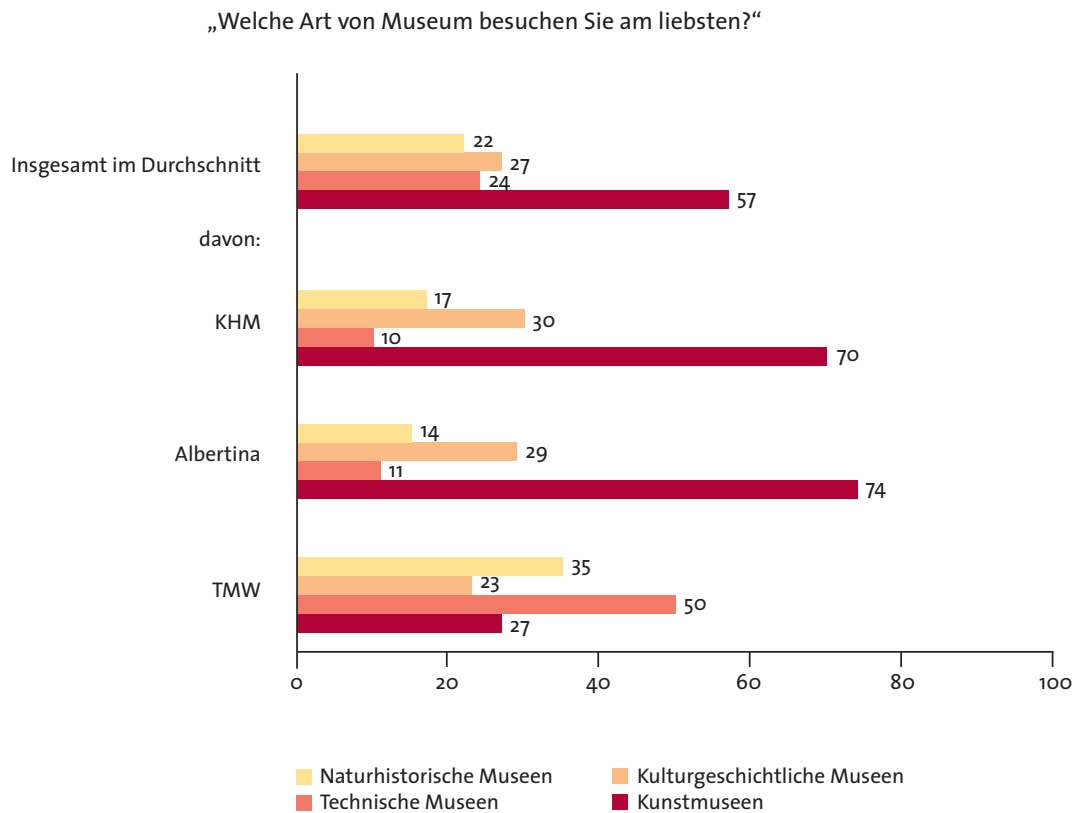
Im KHM gab es im Befragungszeitraum keine der sonst üblichen internationalen Großausstellungen. Als wichtigsten Grund für einen Besuch im KHM nennt fast die Hälfte der Befragten den Wunsch, einen Überblick über das Haus und seine Sammlungen zu gewinnen.

Attraktive Sonderausstellungen ziehen vermehrt Publikum an, dies ist vor allem bei der Albertina der Fall. Hier wurden zwei Drittel aller Besucher/innen von der Aus-

stellung „Michelangelo und seine Zeit“ zu einem Besuch der Albertina veranlasst. Immerhin gut ein Drittel aller Besucher/innen war aber auch an allen anderen Ausstellungen beziehungsweise an den neu adaptierten Räumlichkeiten des Hauses interessiert und wollte sich einen Überblick verschaffen.

Ganz im Gegensatz dazu spielt im TMW das Interesse am Haus allgemein (43%) und der Wunsch, die vielfältigen Objekte auch der Familie zu zeigen (21%), eine sehr große Rolle.

Bevorzugter Museumstyp der Besucher/innen



Angaben in Prozent (Mehrfachnennungen möglich, daher Prozentsumme >100)

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 1763 (TMW), n = 1931 (Albertina), n = 1467 (KHM), Befragungszeitraum: 27.07. – 15.08.04 (KHM u. Albertina), 27.07. – 18.08.04 (TMW) und 06. – 26.09.04 (TMW, Albertina, KHM).

Grafik 15

KOMMENTAR:

Die Auswertungen bestätigen internationale Erfahrungen zum Interessenspektrum von Museumsbesucher/innen:

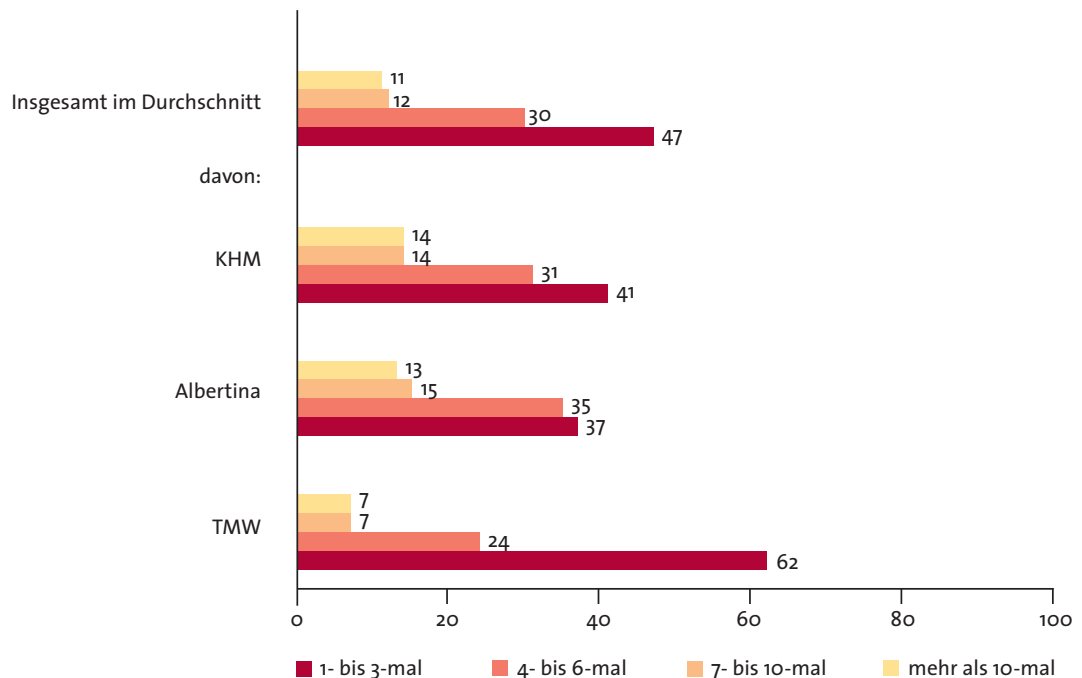
Die Befragten in den beiden kunst- und kulturgeschichtlichen Museen geben zu knapp drei Vierteln an, dass sie am liebsten Kunstmuseen besuchen. Im Interessenspektrum der Besucher/innen beider Museen stehen kulturgeschichtliche Museen an zweiter Stelle. Besucher/innen des KHM gehen zu 17% auch gerne in naturhistorische Museen, in der Albertina sind es 14%.

Technische Museen werden von Kunstmuseenliebhaber/innen selten besucht.

Für Besucher/innen von technischen Museen wird erwartungsgemäß eine andere Interessenverteilung festgestellt. Im TMW gehen 50% der Befragten am liebsten in technische Museen, 35% besuchen am liebsten naturhistorische Museen. Kunstmuseen liebt ein starkes Viertel und die kulturgeschichtlichen Häuser stehen bei 23% an erster Stelle der persönlichen Präferenzen. Damit ist die Interessenverteilung der Besucher/innen des TMW am breitesten gefächert.

Häufigkeit jährlicher Museumsbesuche

„Wie häufig besuchen Sie im Jahr durchschnittlich Museen / Ausstellungen?“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 1820 (TMW), n = 1950 (Albertina), n = 1501 (KHM), Befragungszeitraum: 27.07. – 15.08.04 (KHM u. Albertina), 27.07. – 18.08.04 (TMW) und 06. – 26.09.04 (TMW, Albertina, KHM).

Grafik 16

KOMMENTAR:

Auf die Frage „Wie häufig besuchen Sie im Jahr durchschnittlich Museen/Ausstellungen?“ gab die Mehrheit der Befragten an, „1- bis 3-mal“ einen Museumsbesuch einzuplanen (Albertina 37%, KHM 41%). Ein ähnlicher Prozentsatz (Albertina 35%, KHM 31%) entfällt auf die Besucher/innen, die „4- bis 6-mal“ pro Jahr in ein Museum gehen.

Die höchsten Anteile an häufigen Museumsbesucher/innen finden sich in kunst- und kulturgeschichtlichen Museen. Dies wurde auch in den beiden für die Befragung ausgewählten Häusern bestätigt.

In der Albertina gehen 15% „7- bis 10-mal“ pro Jahr ins Museum, 13% sogar „mehr als 10-mal“. Im KHM geben

sogar 14% an, dass sie fast jeden Monat ein Museum besuchen. Diese Zahlen sprechen für die attraktiven Dauer- und Sonderausstellungen beider Häuser, die sowohl Stammpublikum als auch internationale Kunstliebhaber/innen (mehrfach im Jahr) zu einem Besuch anregen.

Das Publikum von technischen Museen besteht zu einem hohen Anteil aus Besucher/innen, die 1- bis 3-mal pro Jahr in Museen gehen. Das bestätigt sich auch für das TMW, wo der Anteil eher gelegentlicher Museumsbesucher/innen besonders hoch (62%) ist. Immerhin geht ein Viertel aller Besucher/innen des TMW regelmäßig alle 2 bis 3 Monate in Museen und Ausstellungen, 14% noch öfter.

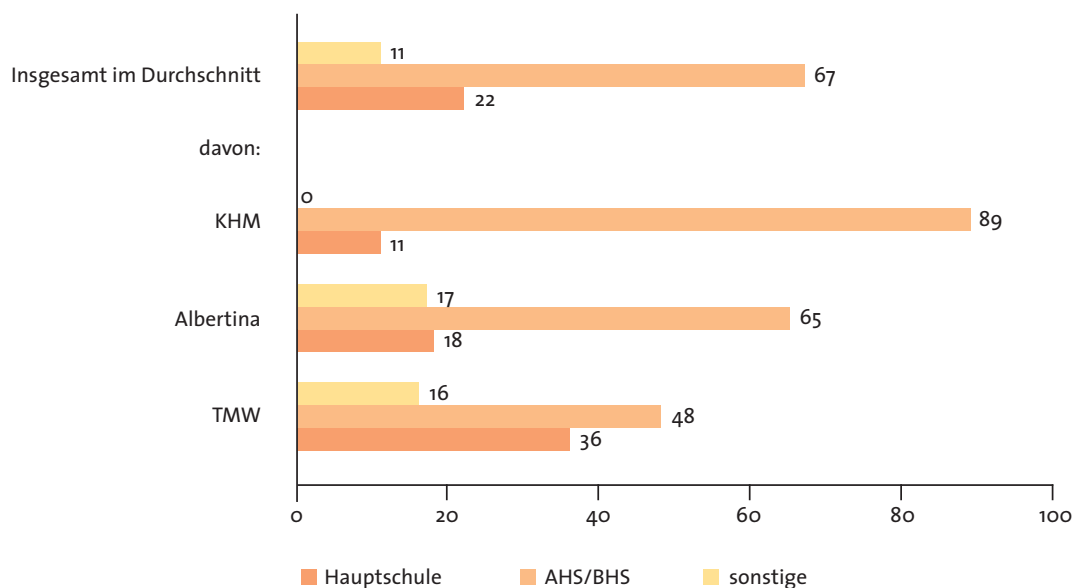
3.2.2. Ergebnisse der Befragung von begleitenden Lehrkräften

Im Erhebungszeitraum vom 18. Juni bis 9. Juli 2004 wurden 58 Klassen im TMW, 23 Klassen in der Albertina und 20 Klassen im KHM noch vor Beginn der österreichischen Sommerferien befragt. Insgesamt konnten im TMW 930, in der Albertina 429 und im KHM 391 Datensätze gewonnen werden, die im ZEB, Karlsruhe, ausgewertet wurden.

Kurz vor Ferienbeginn gab es im TMW deutlich mehr angemeldete Schulklassen als in den beiden anderen befragten Museen. Da somit die Grundgesamtheit der Schulklassen im TMW deutlich höher war, wurden dort auch deutlich mehr Schulklassen für die Befragung ausgewählt.

Schultyp der Klassen der befragten Lehrer/innen

„Welchem Schultyp gehört Ihre Schule an?“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 58 (TMW), n = 23 (Albertina), n = 19 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

Grafik 17²⁾

KOMMENTAR:

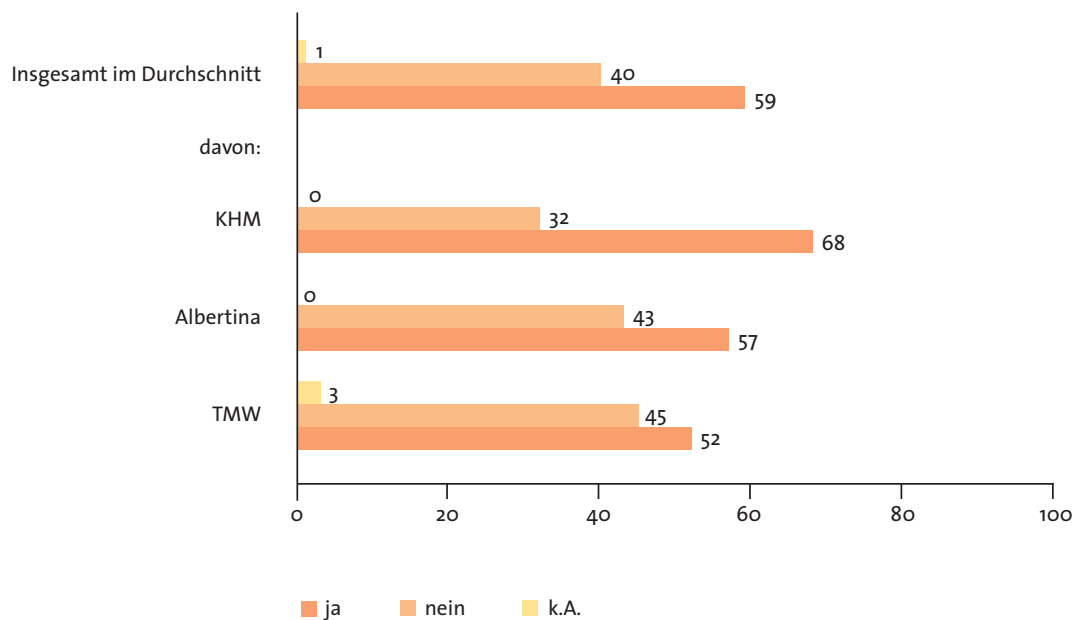
Lehrer/innen an Hauptschulen wählen bevorzugt das TMW für einen Museumsbesuch aus. In den beiden Kunstmuseen liegen die Anteile an Hauptschüler/innen dagegen weit unter einem Viertel.

Das KHM wird überwiegend (zu 89%) von Lehrer/innen höherer Schulen als Ziel eines Klassenbesuchs ausgewählt. In der Albertina sind fast zwei Drittel aller Befragten Lehrer/innen aus Gymnasien und höheren Bildungsanstalten. Im TMW gehört knapp die Hälfte der befragten Lehrer/innen diesen Schultypen an.

²⁾ Aus methodischen Gründen wurden die teilweise differenziert genannten Schultypen in Gruppen zusammengefasst. Das ermöglicht – angesichts der geringen Zahl befragter Schulklassen – einen aussagekräftigeren tabellarischen Vergleich.

Museumsbesuch im Zusammenhang mit dem Lehrstoff

„Steht der heutige Museumsbesuch im Zusammenhang mit einem im Unterricht behandelten Thema?“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 58 (TMW), n = 23 (Albertina), n = 19 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

Grafik 18

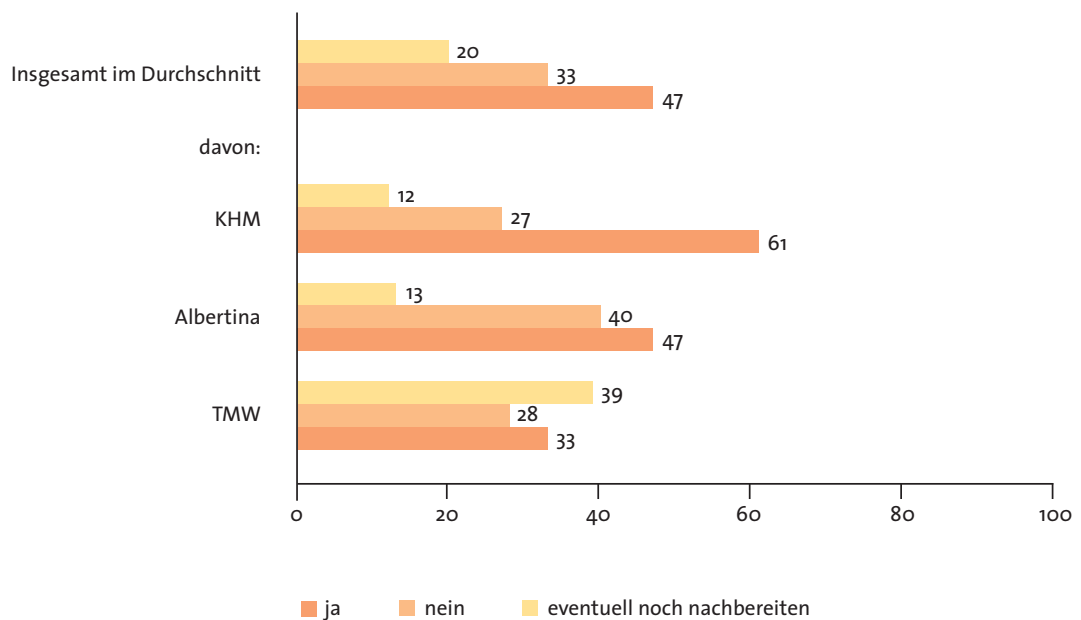
KOMMENTAR:

Die überwiegende Anzahl der Lehrer/innen gibt an, dass der Museumsbesuch im Zusammenhang mit dem gerade oder erst kürzlich behandelten bzw. zukünftig zu behandelnden Lehrstoff stehe. Hierbei scheinen sich

vor allem die Lehrer/innen zum Zeitpunkt des Museumsbesuchs im KHM mit der ägyptischen Kultur oder europäischen Kunstgeschichte im Unterricht zu beschäftigen und den Museumsbesuch als anschauliche Ergänzung zum schulischen Lernen zu sehen.

Vor- und Nachbereitung des Museumsbesuchs

„Haben Sie (Lehrer/in) den Museumsbesuch im Unterricht vorbereitet oder werden Sie ihn noch nachbereiten?“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 58 (TMW), n = 23 (Albertina), n = 19 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

Grafik 19

KOMMENTAR:

61% der Lehrer/innen haben den Besuch im KHM vorbereitet bzw. werden ihn noch nachbereiten – dies korreliert mit den Aussagen, dass der Museumsbesuch im Zusammenhang mit einem im Unterricht behandelten Thema stehe. Auch in der Albertina hat fast die Hälfte der Schulklassen vom Lehrer/von der Lehrerin im Unterricht etwas über das Museum erfahren. Im TMW wird ein Drittel der Schüler/innen von ihren Lehrer/innen vorbereitet, 39% der Lehrer/innen geben

an, dass sie eventuell den Museumsbesuch noch nachbereiten werden. Da die Befragung kurz vor Ferienbeginn stattfand, schätzten einige Lehrer/innen bei der Befragung vermutlich die Zeit als zu knapp für eine Nachbereitung ein.

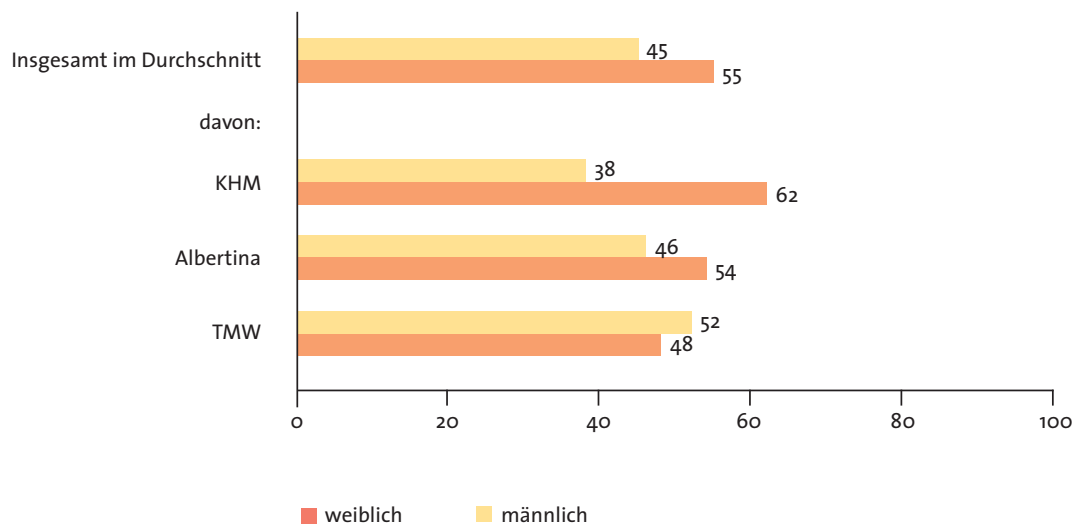
In der Albertina und im TMW werden die von Museumspädagogen/innen angeleiteten Mitmachaktionen und Führungen gerne aufgegriffen, ebenso die Mitmachexperimente und Vorführungen im TMW.

3.2.3. Ergebnisse der Schüler/innenbefragung

Neben den Lehrer/innen wurden auch die Schüler/innen der 58 in dieser Befragung erfassten Schulklassen individuell befragt.

Die wichtigsten Ergebnisse dieser Befragung sind nachfolgend dargestellt:

Geschlechterverteilung Schüler/Schülerinnen



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 908 (TMW), n = 418 (Albertina), n = 388 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

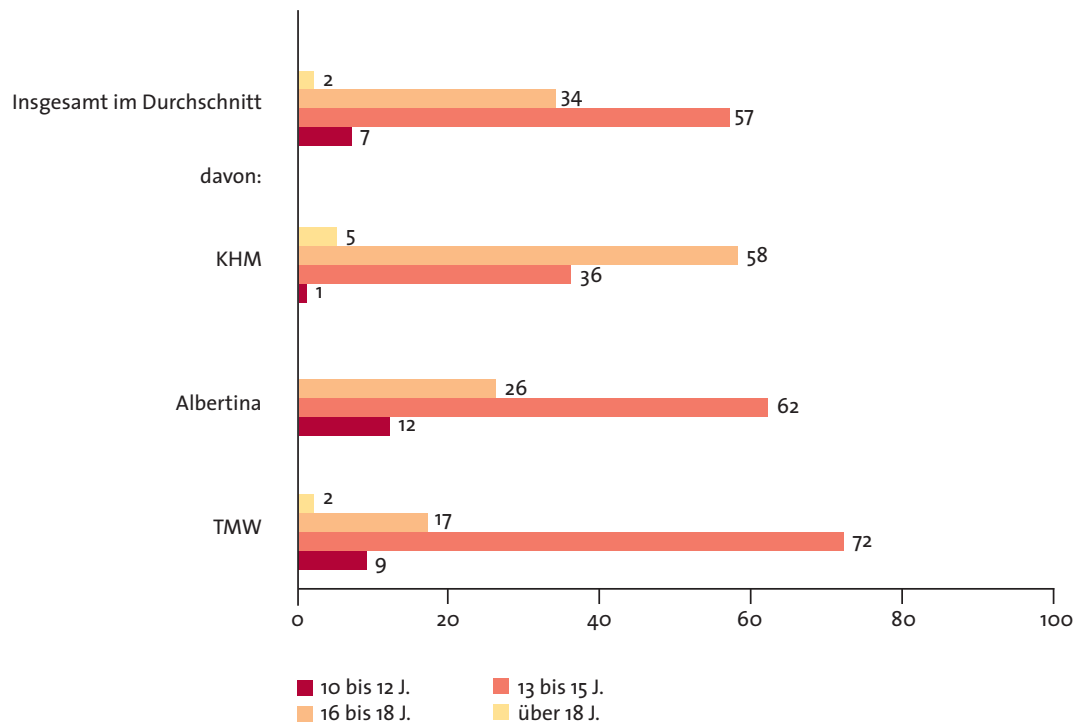
Grafik 20

KOMMENTAR:

Während sich in der Albertina ein relativ ausgeglichenes Verhältnis zwischen den Schüler/innen (54% Mädchen, 46% Knaben) ergab, besuchen das KHM 62% Mädchen und 38% Knaben im Klassenverband. Im TMW ist das Verhältnis weitgehend ausgeglichen (52% Knaben, 48% Mädchen).

Dabei ist zu bedenken, dass die Geschlechterverteilung bei dieser Schüler/innenbefragung „klassenspezifisch“ bedingt ist. Die ansonsten feststellbare Interessenverschiebung bei technischen Museen in Richtung männlicher Besucher wird bei Klassenbesuchen aufgehoben.

Alter der Schüler/innen



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 1820 (TMW), n = 1950 (Albertina), n = 1501 (KHM), Befragungszeitraum: 27.07. – 15.08.04 (KHM u. Albertina), 27.07. – 18.08.04 (TMW) und 06. – 26.09.04 (TMW, Albertina, KHM).

Grafik 21

KOMMENTAR:

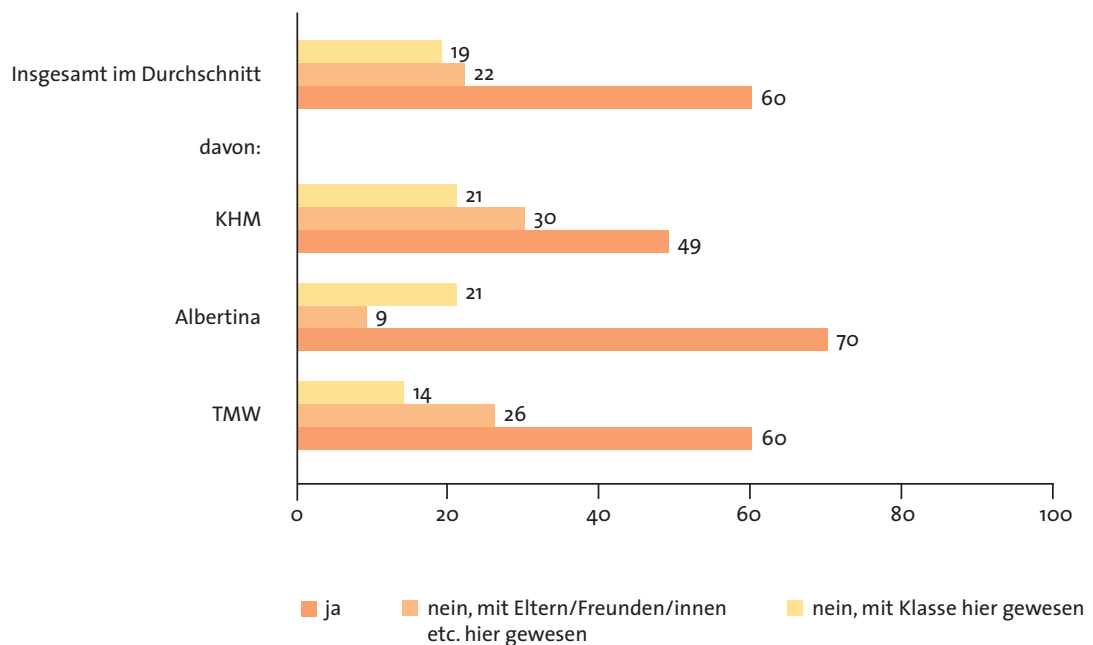
Im TMW sind knapp drei Viertel der Schüler/innen zwischen 13 und 15 Jahre alt. Auch in der Albertina ist diese Altersgruppe (62%) besonders häufig vertreten. Das KHM dagegen zählt mehr als die Hälfte 16- bis 18-jährige Schüler/innen im Klassenverband. Dies dürfte nicht zuletzt an den vielfältigen Bezügen der Museumsinhalte des KHM zum Lehrstoff für diese Altersgruppe liegen.

Auch bei den über 18-Jährigen hat das KHM mit 5% den größten Anteil zu verzeichnen.

Bei den jungen Schüler/innen zwischen 10 und 12 Jahren scheint die Albertina mit ihren Mitmachaktionen neben den Führungen ein besonders geeignetes Konzept für diese Altersgruppe (12%) zu bieten. Auch das TMW mit seinen Hands-on- und Spielangeboten kann einen Anteil von 9% an 10- bis 12-Jährigen aufweisen.

Erst- oder Mehrfachbesuche der Schüler/innen in österreichischen Bundesmuseen

„Bist du heute zum ersten Mal hier im TMW / in der Albertina / im KHM?“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 926 (TMW), n = 429 (Albertina), n = 391 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

Grafik 22

KOMMENTAR:

Die Antworten auf diese Frage zeigen, wie wichtig Museumsbesuche durch Schulklassen für die Herausbildung und Festigung von Museumsinteressen sind. Im Durchschnitt waren 60 % der befragten Schüler/innen zum ersten Mal im jeweiligen Museum.

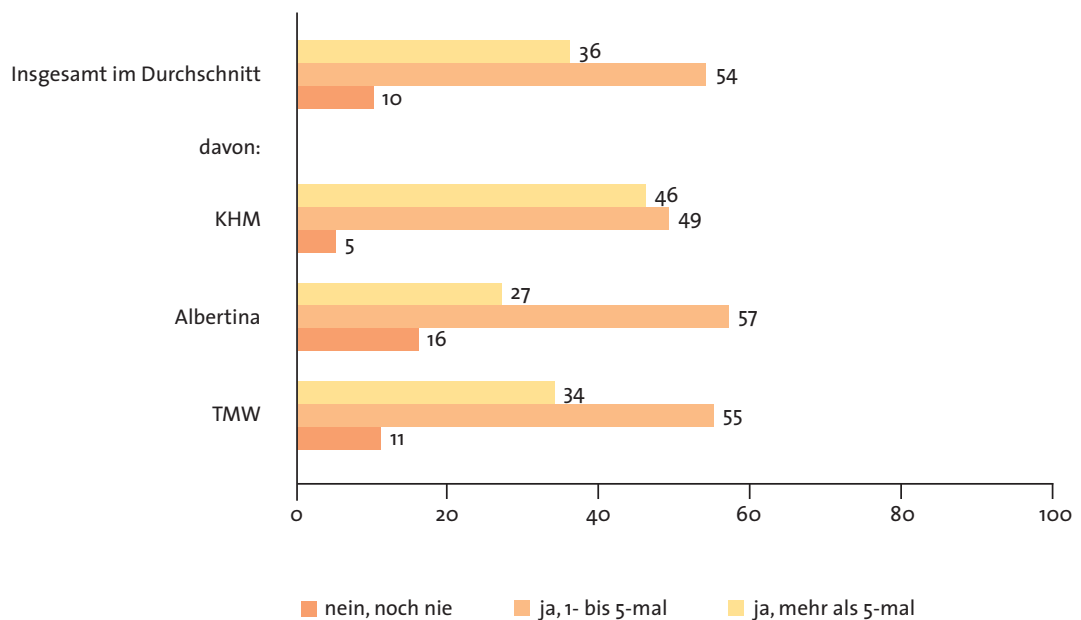
Es erweist sich, dass der Anteil an Schüler/innen, die zum ersten Mal eines der drei Bundesmuseen besuchen, in der Albertina und im TMW besonders hoch ist. Im KHM war knapp die Hälfte der befragten Schüler/innen noch nie vorher in diesem Museum

gewesen, etwas mehr als die Hälfte hat das Museum schon einmal mit Eltern, Freunden/innen oder der Klasse besucht. In der Albertina waren bereits 21% aller Befragten schon einmal zuvor mit ihrer Klasse gewesen, im TMW immerhin noch 14%. Mehr als ein Viertel aller Schüler/innen hat das TMW zudem schon einmal mit den Eltern oder Bekannten besucht.

Durch die Wiedereröffnung der Albertina nach 10-jähriger Schließungszeit im Jahre 2003 hatten viele der Jugendlichen bisher noch keine Gelegenheit, das Museum zu besuchen. Dies erklärt den hohen Anteil an Erstbesucher/innen gerade in diesem Bundesmuseum.

Besuchshäufigkeit anderer Museen und Ausstellungen (Schüler/innen)

„Hast du schon früher andere Ausstellungen besucht? Wenn ja, wie häufig?“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 921 (TMW), n = 420 (Albertina), n = 389 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

Grafik 23

KOMMENTAR:

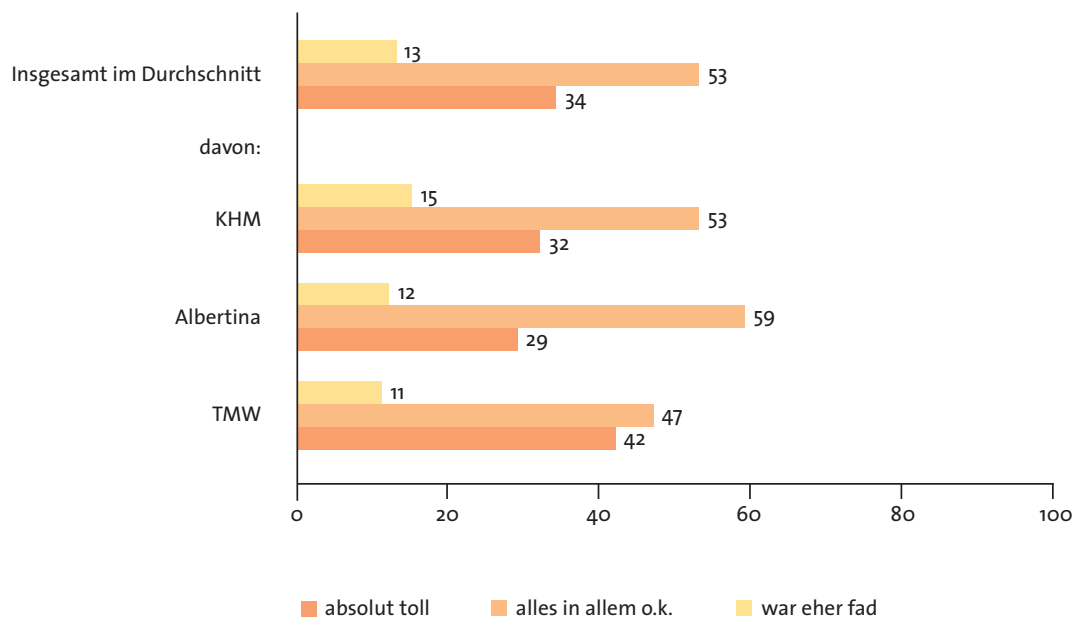
Durchschnittlich haben 90% aller befragten Schüler/innen schon einmal ein Museum oder eine Ausstellung besucht. Dies ist ein bildungspolitisches Ergebnis, das die Rolle und Bedeutung der österreichischen Museen als besonders wichtige außerschulische Lernorte unterstreicht.

In der Albertina und im TMW gaben über die Hälfte an,

dass sie bereits 1- bis 5-mal ein Museum bzw. eine Ausstellung besucht haben. Im KHM sind es immerhin noch 49%. Dafür ist dort der Anteil an jungen Museumsbesucher/innen, die schon häufig (d. h. öfter als 5-mal ein anderes Museum besucht haben) mit 46% sehr hoch. Nur 5% aller Schüler/innen haben bisher noch nie ein Museum besucht. Auch in der Albertina war mehr als ein Viertel der Befragten schon mehr als 5-mal in einem Museum, im TMW sogar schon ein gutes Drittel.

Beurteilung der besuchten österreichischen Bundesmuseen (Schüler/innen)

„Hat es dir hier im TMW / in der Albertina / im KHM gefallen?“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 913 (TMW), n = 422 (Albertina), n = 387 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

Grafik 24

KOMMENTAR:

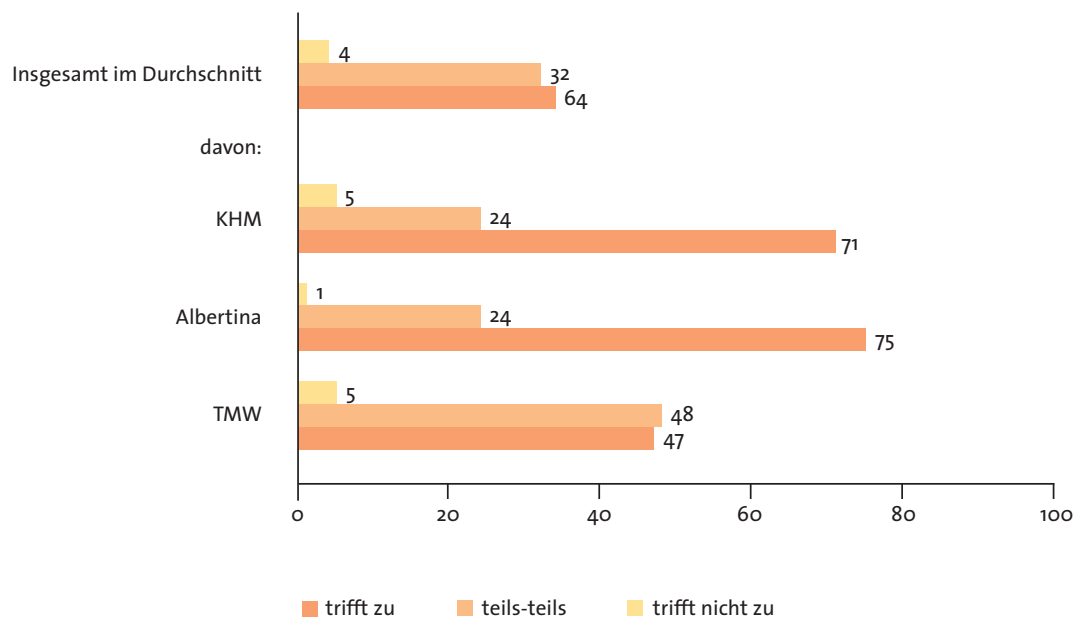
Museen sind deshalb wichtige Lernorte, weil der Spaß am Lernen dort gefördert werden soll.

89% der befragten Kinder und Jugendlichen fanden das TMW absolut toll bzw. o. k., das KHM 85% und die Albertina 88%.

Durchschnittlich 87% der Schüler/innen werden also ihren Museumsbesuch in sehr guter bzw. guter Erinnerung behalten. Dies ist ein ausgezeichnetes Ergebnis und es lässt darauf hoffen, dass so aus den jungen Besucher/innen später begeisterte Museumsbesucher/innen und Stammgäste der Museen werden.

Verständlichkeit der vermittelten Inhalte (Schüler/innen)

„Was meinst du: Trifft die folgende Aussage zu? ‚Ich habe alles gut verstanden.‘“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 909 (TMW), n = 420 (Albertina), n = 389 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

Grafik 25

KOMMENTAR:

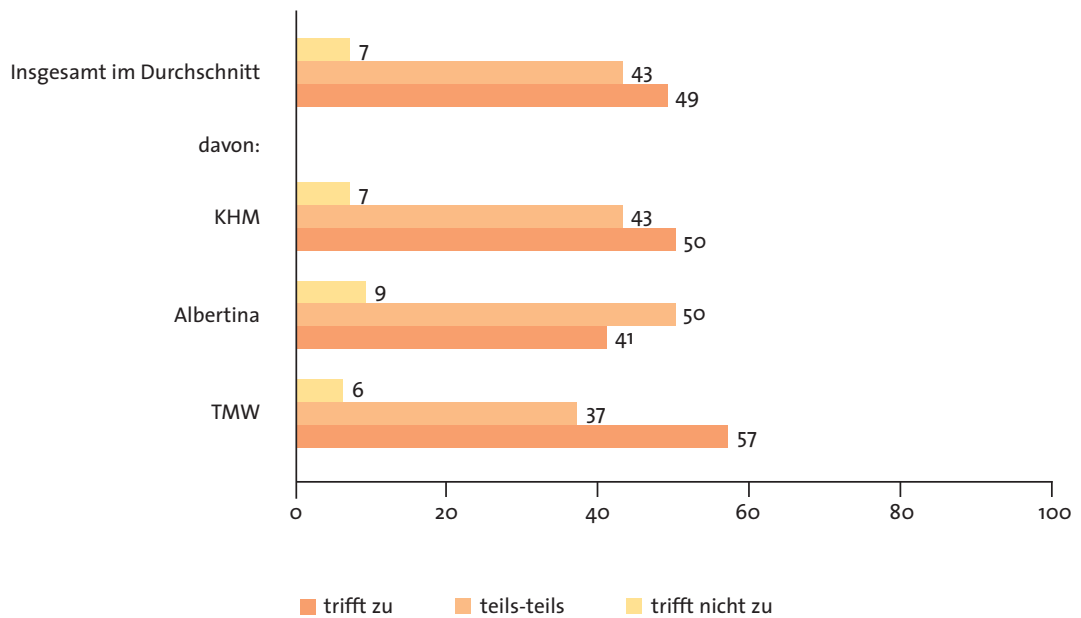
Um Jugendliche nachhaltig für Museumsbesuche interessieren zu können ist es wichtig, Ausstellungen so aufzubauen, dass sie für die Besucher/innen gut verständlich sind. Dies wird in dieser Erhebung für die ausgewählten Bundesmuseen von den Schüler/innen klar bestätigt.

Rund drei Viertel aller Befragten geben an, dass sie im KHM und in der Albertina alles gut verstanden hätten. Für jeweils ein knappes Viertel waren die Inhalte der besuchten Museen teils-teils verständlich.

Im TMW war das Verhältnis zwischen denjenigen, die alles gut verstanden bzw. zum Teil gut verstanden hatten, etwa ausgeglichen.

Interesse der Schüler/innen am Angebot der Museen

„Was meinst du: Trifft die folgende Aussage zu? ‚Was es hier zu sehen gibt, finde ich interessant.‘“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 907 (TMW), n = 421 (Albertina), n = 387 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

Grafik 26

KOMMENTAR:

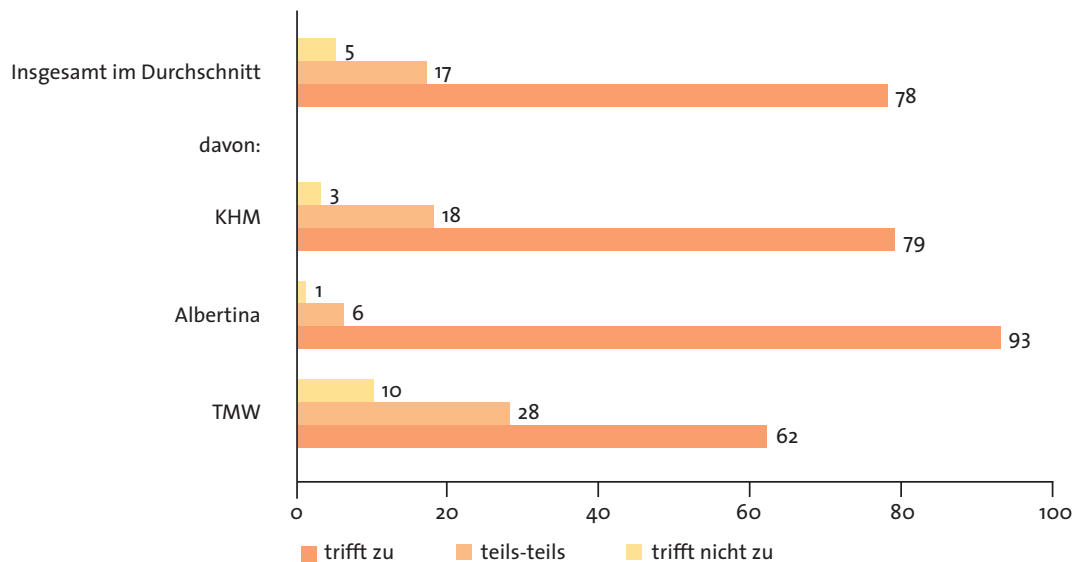
Das Interesse der befragten Jugendlichen an den in den drei Bundesmuseen ausgestellten Objekten und Inhalten ist sehr groß.

Im TMW finden 57% aller Schüler/innen, dass es dort interessante Sachen zu sehen gibt, 37% äußern sich mit

„teils-teils“. Im KHM haben 50% spannende Dinge gesehen und noch fast die Hälfte ist der Meinung, dass dort auch Interessantes gezeigt wird. Ähnlich ist es in der Albertina, d.h. auch dort geben zusammen über 90% an, dass sie interessante Objekte gesehen haben.

Freundlichkeit des Museumspersonals (Schüler/innen)

„Was meinst du: Trifft die folgende Aussage zu? ‚Die Leute, die hier im Museum arbeiten, sind freundlich und nett.‘“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 883 (TMW), n = 419 (Albertina), n = 385 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

Grafik 27

KOMMENTAR:

Die Freundlichkeit des Servicepersonals eines Museums ist ein ganz wichtiger Faktor für die Beurteilung der Besucher/innen der Häuser. Die Aufseher/innen, das Kassenpersonal, die Museumspädagogen/innen sind die wichtigsten Botschafter/innen eines Museums für die Besucher/innen, weil sie die unmittelbaren Kommunikationspartner/innen der Besucher/innen sind. Besonders Kinder und Jugendliche sind hier sehr sensibel. Die Schüler/innen haben bei dieser Befragung den Museen auch in dieser Hinsicht ein sehr gutes Zeugnis ausgestellt.

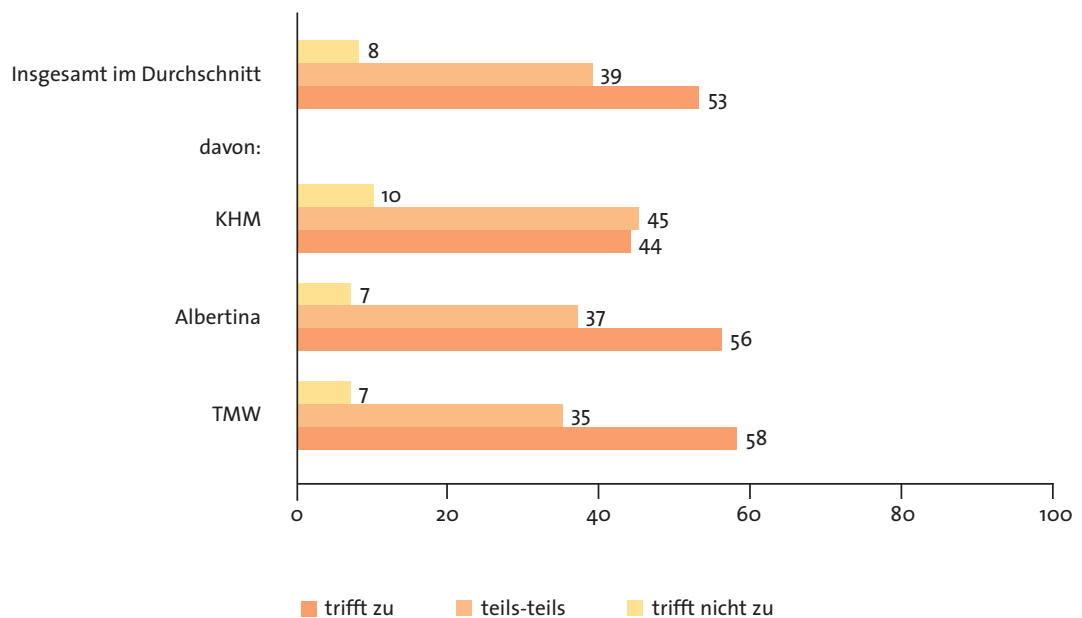
Nach der Meinung der Schüler/innen arbeiten die freundlichsten Mitarbeiter/innen im Besucher/innen-

service in der Albertina (93%). Nur 6% scheinen dort weniger gute Erfahrungen gemacht zu haben und lediglich 1% empfand die Mitarbeiter/innen als unfreundlich. Auch das KHM hat ein sehr gutes Ergebnis aufzuweisen. Hier waren mehr als drei Viertel der Jugendlichen von den Mitarbeiter/innen, mit denen sie in Kontakt gekommen sind, begeistert und nur 3% hatten mit dem servicebezogenen Personal Schwierigkeiten.

Die Freundlichkeit der Mitarbeiter/innen im TMW wird von knapp zwei Drittel (62%) der Schüler/innen positiv bewertet. Bei dieser Aussage ist zu bedenken, dass Jugendliche, die von Museumsmitarbeiter/innen zur Ruhe ermahnt bzw. gebeten werden, ein Objekt nicht zu berühren, diese subjektiv als „unfreundlich“ empfinden.

Spaß am Museumsbesuch (Schüler/innen)

„Was meinst du: Trifft die folgende Aussage zu? ‚Der Museumsbesuch hat Spaß gemacht.‘“



Angaben in Prozent

Quelle: ZEB Karlsruhe „Österreichische Bundesmuseen Wien 2004“, n = 901 (TMW), n = (Albertina), n = 384 (KHM), Befragungszeitraum: 18.06. – 09.07.04.

Grafik 28

KOMMENTAR:

In den Bewertungen zu dieser Frage spiegeln sich die ganzheitlichen Erlebnisse der Kinder und Jugendlichen während ihres Besuchs im Museum wider. So wurden hier sowohl die Museumsführung als auch der diesbezügliche Unterricht durch die Lehrer/innen wie auch die individuellen Erlebnisse im Museum insgesamt bewertet.

Gut die Hälfte der befragten Schüler/innen in der Albertina und im TMW ist der Meinung, dass der

Museumsbesuch Spaß gemacht hat. Nur durchschnittlich 8% der Schüler/innen fanden ihren Aufenthalt im Museum nicht so interessant. Mehr als ein Drittel der befragten Jugendlichen fand den Museumsbesuch teilweise interessant.

Von den Mitmachaktionen und -experimenten in der Albertina und im TMW waren die Schüler/innen besonders angetan.

3.3. KURZDARSTELLUNG DER EINZELEVALUIERUNGEN

ALBERTINA

Geschäftsführer:

Dir. Dr. Klaus-Albrecht Schröder

Vollrechtsfähig seit: 2000

- Die Albertina verfügt über ein eigenständiges, unverwechselbares Profil
- Sie ist eines der weltweit größten und bedeutendsten Museen der grafischen Künste
- Die Zielsetzungen und Aufgabenbereiche der Albertina stehen nur zum Teil im Einklang mit dem Image des Hauses, das in der Öffentlichkeit in jüngster Zeit vor allem durch Wechsellausstellungen bekannt geworden ist
- Die nationalen und internationalen Kooperationen des Hauses sind, was die Ausstellungstätigkeit angeht, im Vergleich zu anderen europäischen Museen ähnlichen Typs als außergewöhnlich erfolgreich anzusehen
- Während die Albertina in den Bereichen Großausstellungen, Veranstaltungen und Vermietungen äußerst erfolgreich ist, werden die nicht unmittelbar ausstellungsbezogenen wissenschaftlichen Aktivitäten sichtbar vernachlässigt
- Die Gründung der Abteilung „Fotografie“ gehört zu den Erfolgen der jüngeren Sammlungspolitik des Museums
- Die Albertina muss in die Lage versetzt werden, in ihre Sammlungen investieren zu können (wichtig dabei: zeitgenössische Kunst, Fotografie, Zeichenkunst, Architekturplanung)
- Das Museum erhielt im Eröffnungsjahr nennenswerte, meist ausstellungsbezogene Schenkungen
- Die Ankaufspolitik ist äußerst konservativ und lässt keine klaren zukunftsweisenden Strategien erkennen
- Die ausgezeichnete Sammlungsdokumentation ist sehr kostenintensiv und sollte daher zu einem kommerziell verwertbaren Bildarchiv ausgebaut werden
- Die erkannte Vordringlichkeit der Investition in den Tiefspeicher ist lobenswert. Um eine baldige Inbetriebnahme des Tiefspeichers zu ermöglichen, ist ein konzentrierter Mitteleinsatz notwendig
- Die Restaurierungsabteilung der Albertina konzentriert sich vorwiegend auf die eigenen Hausausstellungen sowie auf die Restaurierung der zu verleihenden und zurückkommenden Objekte. Es wäre wichtig, projektbezogene Konzepte für die Bestandspflege zu entwickeln
- Dem Konzept zur Schaffung eines Bibliotheksverbundes mit den anderen Bundesmuseen wäre höchste Priorität einzuräumen (Mittelleinsparung)
- Die Reproabteilung wäre in die Gewinnzone zu bringen
- Die Albertina hat eine wirtschaftlich bedeutende Publikationstätigkeit, jedoch ist die sonstige Publikationstätigkeit im Vergleich zu ähnlichen Museen als durchschnittlich anzusehen
- Die Bibliothek der Albertina ist für ihre Aufgaben einer internen wie zukünftig auch über den Lesesaal zu nutzende Publikumseinrichtung bestens vorbereitet
- Derzeit verfügt das Museum über keine Organisationseinheit für Kooperationen in Forschung und Lehre (nur individuelle Betreuung). Die Forschungsprojekte und Forschungsk Kooperationen der Albertina sind in erster Linie zweckbezogen und weniger auf die Beförderung der Wissenschaft ausgerichtet
- Die Albertina zeigt derzeit keine Dauerausstellungen, sondern führt nur Wechsel- und Sonderausstellungen durch
- Die Bedeutung der Sonderausstellungen der Albertina ist außerordentlich hoch einzuschätzen (Indikatoren: enormer Besucher/innenansturm, viele kritische Fachdiskussionen). Es gelang ein Brückenschlag durch Einbeziehung von Kunstwerken anderer Gattungen, insbesondere der Malerei, und dadurch wiederum eine Anhebung des Erscheinungsniveaus von Zeichnungen und Grafiken
- Die Abteilung Kunstvermittlung bietet hervorragende Vermittlungsprogramme für Kinder und Jugendliche
- Die hohe Besucher/innenfrequenz im Eröffnungsjahr 2003 (ca. 800.000 Personen) ist für diese Museumsart im internationalen Vergleich ein besonderer Erfolg, was auch durch ein geschicktes Marketing erreicht wurde
- Außer den speziellen Führungsangeboten zu den laufenden Ausstellungen gibt es keine speziellen, für Erwachsene erarbeiteten Bildungsprogramme; die Gründung einer „Academia Albertina“ wird angeregt
- Kaum öffentliche Kooperationsveranstaltungen wissenschaftlicher oder künstlerischer Art
- Das Sponsoring hat eine im europäischen Maßstab überragende Bedeutung
- Es ist unumgänglich, Konzepte zu entwickeln, die das Image der Albertina als wissenschaftlich seriöses, ausgewiesenes Kompetenz- und Expertenzentrum für Kunst auf Papier in der Fachwelt stärken

KUNSTHISTORISCHES MUSEUM (KHM) MIT MUSEUM FÜR VÖLKERKUNDE UND ÖSTERREICHISCHEM THEATERMUSEUM

Geschäftsführer:

Generaldirektor HR Prof. Dr. Wilfried Seipel

Vollrechtsfähig seit: 1999

- Das Prestige des KHM ist exzeptionell hoch und bedarf keiner grundlegenden Änderung
- Das KHM ist ein national und international gesuchter Partner
- Vorbildliche Unterstützung von nationalen und internationalen Ausstellungen und wissenschaftlichen Kooperationen
- In Österreich übertrifft kein anderes Museum den Rang und die Vielseitigkeit des musealen Lebens am KHM
- Das KHM ist nur mit den großen Kunstzentren Europas und der Neuen Welt vergleichbar
- Die Vielfalt der Ausstellungsaktivitäten des Hauses sollte nicht durch Projekte überlagert werden, die den Kernthemen der Sammlung eher fern stehen, jedoch können mutige Grenzüberschreitungen (z.B. Francis Bacon) zur Erhellung und Rezeption der eigenen Sammlung beitragen
- Das KHM hat bedeutende Erwerbungen in den letzten Jahren zu verzeichnen (z.B. Sammlung Strasser). Es betreibt eine planmäßige Erweiterung des Sammlungsbestandes laut Aufgabenkatalog in der Museumsordnung (Ausnahme Gemäldegalerie)
- Das KHM leidet an der Zurückhaltung der Öffentlichkeit sowie privater Personen bei Schenkungen, Widmungen und Dauerleihgaben (fehlendes Mäzenatentum)
- Wünschenswert wären zusätzliche budgetäre Vorkehrungen für die Ergänzung des Bestandes, die mit noch größerem Nachdruck betrieben werden sollte
- Unzureichende Depotflächen
- Drückende Raumnot: Verbesserung nicht ohne erhebliche Investitionsmittel möglich
- Beeindruckende Professionalität der Restaurierungsarbeiten des KHM mit hohem wissenschaftlichen Ertrag, jedoch Überlastung der Restaurierwerkstätten durch angestiegenen Leihverkehr
- Eine EDV-gestützte Erschließung der Bibliotheksbestände ist überlegenswert
- Intensiver Forschungsaustausch mit fachfremden Institutionen im In- und Ausland
- Förderungen der Forschungsarbeit durch FWF und FFF als Zeichen ihrer über die konservatorische Tätigkeit hinausreichenden Beachtung
- Die Listen der alljährlichen Publikationen sind beeindruckend
- Hervorragende Ausstellungskataloge, aber Mangel an wissenschaftlichen Bestandskatalogen (Erfassung jedoch in Vorbereitung)
- Eine umfangreiche Lehrtätigkeit der wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen des KHM bildet eine Brücke zwischen Forschung und Lehre
- Die Dauerausstellungen des KHM zählen zum bedeutendsten Bestand von Kunst- und Kulturgütern der Welt
- Die bevorstehende Neueinrichtung der Antikensammlung wird Kernbestände des KHM glanzvoll präsentieren
- Notwendigkeit der Schaffung von Räumlichkeiten für Wechsellausstellungen
- Das KHM fördert die Einbindung Wiens in ein globales kulturelles Beziehungsfeld durch die internationale Zusammenarbeit mit anderen Museen
- Eine steigende Akzeptanz des KHM als Veranstaltungsort ist zu verzeichnen (Steigerung der Vermietungen)
- Das KHM ist ein bedeutender Ort der Bildung und des lebensbegleitenden Lernens
- Das „Marketingkonzept 2004“ ist mit professioneller Hilfe weiterzuentwickeln
- Verstärkte Sponsoringaktivitäten wären für Ausstellungsprojekte und Sammlungserweiterungen empfohlen
- Trotz hohem Eigendeckungsgrad des KHM (2003: 43,3 %) sind steigende Kosten im Rahmen der gedeckelten Basisabgeltung nur mehr durch eine Korrektur seitens der öffentlichen Hand bewältigbar
- KHM hat eine Leitbildfunktion in der internationalen Museumslandschaft

MAK – ÖSTERREICHISCHES MUSEUM FÜR ANGEWANDTE KUNST

Geschäftsführer:

Dir. Peter Noever

Vollrechtsfähig seit: 2000

- MAK zählt zu den fortschrittlichsten und avantgardistischsten österreichischen Museen mit internationaler Bedeutung
- Museum als lebendiges Diskussionsforum, als Ort an dem Kunst geschieht
- MAK hebt sich von den herkömmlichen Kunstgewerbemuseen ab, die Präsentation der Exponate in Form von Installationen und Performances entspricht den Erwartungen des Publikums
- Positiv wird die Präsentation der Sammlungen nach Entwürfen zeitgenössischer Künstler/innen bezeichnet
- Gelungene Verbindung traditioneller und moderner Elemente bei Präsentation und Vermittlung
- Aufbau und Präsentation der Ausstellungen als Gesamtkunstwerke
- Sammlung „Gegenwartskunst“ bildet ein wichtiges Gegengewicht zu den traditionellen Sammlungen des Hauses
- Positive Entwicklung der Besucher/innenzahlen in Folge des konsequenten Aufbaus eines „Stammpublikums“
- Depots sind in gutem Zustand, positiv wird die örtliche Einbindung der Depots in das Museum (Zugänglichkeit, Funktionalität, klimatische Verhältnisse) hervorgehoben
- Verbindung der traditionellen Rolle des Museums mit einem bahnbrechenden Ausstellungsprogramm
- Kooperationen nur mit einem eingeschränkten Künstlerkreis
- Eine Erweiterung des museumspädagogischen Programms auch im Hinblick auf nicht einschlägiges Publikum ist notwendig
- Der Ankaufsplan ist von Zufälligkeit gezeichnet
- Manche Abteilungen sind personell unterbesetzt
- Basisabteilung entspricht vergleichbaren europäischen Museen, ist jedoch nicht übertrieben hoch
- Anhebung der Basisabteilung künftig notwendig
- Die Architektur- und Objektausstellung im Obergeschoß ist der schwächste Teil der Museumspräsentation

MUSEUM MODERNER KUNST – STIFTUNG LUDWIG WIEN (MUMOK)

Geschäftsführer:

Dir. Univ.Prof. Mag. Edelbert Köb

Vollrechtsfähig seit: 2002

- Das MUMOK ist einer der zentralen Orte für die Präsentation und Vermittlung moderner und zeitgenössischer Kunst in der internationalen Kunst- und Museumslandschaft
- Eine Verstärkung der internationalen Kooperationen im Ausstellungsbereich ist erforderlich
- Ebenso wird eine engere Zusammenarbeit mit der Stiftung Ludwig angeregt
- Die räumlichen Rahmenbedingungen sind nicht optimal. Eine entsprechende Adaption der Ausstellungsräume wäre erforderlich
- Das in der Zielsetzung des MUMOK dargelegte Arbeitsfeld wird durch andere Bundesmuseen beeinträchtigt. Eine überschneidende Ausstellungspolitik durch MAK und KHM (Francis Bacon), behindert die internationale Ausstrahlungskraft des MUMOK
- Innovativität und Konkurrenz sind in Wien als Weltmetropole in allen Bereichen gefordert; von den Medien genüsslich inszenierte Konkurrenzverhältnisse schaden jedoch dem Gesamtbild
- Das Besucher/inneninteresse wird durch eine zu starke Fokussierung auf spezielle Schwerpunkte wie beispielsweise Wiener Aktionismus, Fluxus und Pop Art zu stark eingeschränkt, zumal dadurch Bereiche mit traditionell hohem Besucher/inneninteresse ausgeklammert werden. Das hohe Potenzial der Sammlung moderner Kunst wird nicht ausgeschöpft
- Die Vermittlungsarbeit des MUMOK ist auf hohem internationalen Standard
- Das MUMOK ist Motor und Maßstab der österreichischen Gegenwartskunst
- Forschungsschwerpunkte und Ausstellungsprojekte sind vorbildlich
- Internationale Erfolge mancher österreichischer Künstler/innen wären ohne die Arbeit des MUMOK nicht denkbar

NATURHISTORISCHES MUSEUM (NHM)

Geschäftsführer:

Generaldirektor Univ.Prof. Dr. Bernd Lötsch

Vollrechtsfähig seit: 2003

- Einzigartiges Merkmal des NHM ist die ausgezeichnete Verbindung von historischem Gebäude und international wichtiger Sammlung; die Lage gegenüber dem KHM ist als Zeichen einer Gleichwertigkeit zwischen Kunst und Naturwissenschaften zu interpretieren
- Das NHM ist charakterisiert durch eine außergewöhnliche Sammlungsvielfalt
- Traditionelles Image bei den Besucher/innen
- Geringer Bekanntheitsgrad bei den Touristen/innen
- Keine Möglichkeit von Block-Buster-Ausstellungen auf Grund der Raumnot; deshalb keine Profilierungsmöglichkeit in der Öffentlichkeit; eine große Ausstellungsfläche ist dringend erforderlich
- Von der Typenvielfalt übertrifft das NHM eine so bedeutende Sammlung wie diejenige von Kew Gardens in London und von ihrer Wichtigkeit her ist sie mit Paris vergleichbar
- Es gibt keine schriftlich festgelegten Sammlungsrichtlinien für das ganze Museum; gesammelt wird von den einzelnen Abteilungen in Abhängigkeit von den wissenschaftlichen Interessen der Abteilungsleiter/innen. Es herrschen eine unklare Ankaufspolitik und Interessenkonflikte zwischen Direktion und Abteilungen
- Die Dokumentationen der einzelnen Abteilungen sind nicht kompatibel
- Derzeit existiert keine allgemeine Vorgehensweise betreffend Digitalisierung, veraltete Systeme etc. Eine Vereinheitlichung der Datenbanken der Sammlungen könnte der Öffentlichkeit die Möglichkeit eines Onlinezugangs geben und helfen, das Image des Museums in wissenschaftlichen Kreisen zu heben
- Trotz zum Großteil hervorragender Lagerbedingungen ist eine Verbesserung für einzelne Sammlungen notwendig (z.B. Botanische Abteilung oder Wirbellose Tiere)
- Geringes Budget für die Erhaltung einer der größten europäischen naturwissenschaftlichen Bibliotheken, die von Studierenden und Forschern intensiv genutzt wird
- Das Archivmaterial sollte zentral in geeigneten Speichern gelagert und verwaltet werden; eine Katalogisierung wäre dringend angeraten
- Eine wirtschaftliche Nutzung des hervorragenden Bildbestandes der Archive durch Reproduktionsdienste, die mit vergleichsweise geringen Ausgaben realisiert werden könnten, ist angeraten, jedoch fehlt entsprechendes Personal
- Die Forschungsleistungen der einzelnen Abteilungen sind qualitativ hochwertig, quantitativ jedoch sehr unterschiedlich. Sie werden nicht in öffentlichen Ausstellungen präsentiert. Viele Mitarbeiter/innen und der Generaldirektor lehren auch an der Universität. Dies sollte hinsichtlich des Aufbaues von Netzwerken und zur Vermeidung von Überschneidungen gefördert werden
- Die Publikationen des NHM sind im internationalen Vergleich von hoher Qualität, jedoch sollte in Zukunft erhöhtes Augenmerk auf Publikationen für Kinder und Jugendliche gelegt werden
- Das NHM bietet uneingeschränkte Zugangsmöglichkeiten für universitäre Einrichtungen zu Sammlungen und Bibliotheksbeständen
- Das historische Ambiente der Schauräume und ständigen Sammlungen ist ein ganz besonderes Kulturgut von hohem Wert
- Eine regelmäßige Erneuerung und Ergänzung der ständigen Ausstellung z.B. durch Anwendung neuer Medien ist notwendig
- Eine langfristige Planung im Ausstellungsbereich ist notwendig
- Durch nichtmuseale Veranstaltungen werden neue Besucher/innengruppen angesprochen
- Die pädagogischen Programme sind im internationalen Vergleich hervorragend, obwohl nur zwei Mitarbeiter dafür eingesetzt sind (987 Workshops, Kindergeburtstage, etc.)
- Keine Raumvorkehrungen für Verpflegung von Kindergruppen und kindergerechte Arbeitsräumlichkeiten
- Neben dem ausgezeichnet bewerteten Kaffeehausbetrieb in der Kuppelhalle sollte ein solcher auch im Freien eingerichtet werden
- Marketingmaßnahmen der entsprechenden Abteilung sind auf Grund fehlender Marktforschungsaktivitäten (z.B. Besucherbefragungen etc.) nicht zielführend
- Das NHM lukriert Sponsorenmittel in beachtlicher Höhe
- Eine langfristige Personalplanung ist notwendig, ein Einfluss der Abteilungen auf die Personalplanung ist auf ein Mindestmaß zu reduzieren
- Die Möglichkeiten, die die Vollrechtsfähigkeit für die Bundesmuseen bietet, wurden vom NHM noch nicht in ausreichendem Maße genutzt
- Eine Verbesserung der Kommunikation zwischen Museumsleitung und Mitarbeiter/innen ist erforderlich

ÖSTERREICHISCHE GALERIE BELVEDERE (ÖGBEL)

Geschäftsführer:

Dir. HR Dr. Gerbert Frodl

Vollrechtsfähig seit: 2000

- Die ÖGBEL stellt ein einzigartiges historisches Ambiente dar
- Kombination von österreichischer Kunst mit internationalen Aspekten
- Ausbau der Stellung des Museums in Mitteleuropa ist notwendig
- Nur sporadische Kontakte mit anderen nationalen Museen
- Wiener Museumslandschaft ist durch Rivalität und Wettbewerb der verschiedenen Museen stärker geprägt als in vergleichbaren europäischen Städten. Die Entwicklung einer Zusammenarbeit zwischen Schwesterinstitutionen wäre wichtig (z.B.: Marketing, Sicherheit, Tickets)
- Die ÖGBEL zeichnet sich durch eine starke Sammlungsaktivität betreffend klassische Moderne und zeitgenössische Kunst aus, was für die zukünftige Dynamik der Institution sehr wichtig ist
- Eine Kooperation mit dem MUMOK hinsichtlich des 2oer Hauses wird empfohlen
- Die Ressourcen für Neuerwerbungen sind äußerst gering
- Der Standard der Dokumentation ist hoch. Das System ist professionell und hoch entwickelt
- Gute Kontakte zu privaten Sammlern/innen
- Klimatisierung der Depots wäre notwendig
- Bibliothek ist öffentlich zugänglich; wachsende Nutzung durch Forscher/innen und Spezialisten/innen, allerdings Raumnot
- Wenig systematische Forschungsarbeit über die ständigen Sammlungen (Die Forschung ist eher ausstellungsbezogen)
- Wenig organisierte Kooperation zwischen Museum und Universitäten
- Das Verhältnis von Eigen- zu Fremdausstellungen ist äußerst positiv
- Die ÖGBEL verzeichnet stabile Besucher/innenzahlen
- Im Sommer sind 80 % der Besucher/innen ausländische Tourist/innen (internationale Bedeutung)
- Hohe Qualität der Spezial-Vermittlungsprogramme für Kinder und Jugendliche und andere Besucher/innen bei relativ geringer Mitarbeiterzahl der pädagogischen Abteilung
- Die Mitgliedsbeiträge des Freunde-Vereins der ÖGBEL sind im internationalen Vergleich eher bescheiden

- Die ÖGBEL hat ein wirkungsvolles Marketingkonzept
- Einer erfolgreichen nationalen, steht eine eher sporadische internationale Berichterstattung entgegen
- Erfolg in der Sponsor/innenfindung
- Der Anteil der öffentlichen Hand am Gesamtbudget (rund 50 %) ist im europäischen Vergleich relativ gering
- Die Eintrittspreise sind im oberen Mittelfeld, aber international angemessen
- Wenige, aber sehr engagierte Mitarbeiter/innen
- Fehlende Klarheit der künstlerischen Ziele für die Zukunft
- Zusätzliche Belastung durch ein neues Gebäude (2oer Haus)
- Teilweise Überschneidung von Sammlungsgebieten mit anderen Museen (Leopold-Museum, MUMOK)
- Verbesserung der strategischen Planung ist notwendig
- Vorschlag: Kuratorium soll künstlerische Pläne und Leistungen überwachen
- Klare Definition der Zielgruppen ist erforderlich

TECHNISCHES MUSEUM WIEN MIT ÖSTERREICHISCHER MEDIATHEK (TMW)

Geschäftsführerin:

Dir. HR Dr. Gabriele Zuna-Kratky

Vollrechtsfähig seit: 2000

- Die langjährige Schließung des Museums hat die nationalen und internationalen Beziehungen weitgehend zerstört; diese müssen wieder neu aufgebaut werden
- Das Ziel, die dritte Stelle innerhalb der spartenübergreifenden Technikmuseen in Europa mittel- und langfristig zu erreichen (neben London und München), scheint erreichbar, ist aber mit einer finanziellen Belastung verbunden
- Die Sammlungstätigkeit erfolgt konzeptorientiert und entspricht der Vorgabe in der Museumsordnung
- Die Basisdokumentation aller Museumsobjekte ist Schwerpunkt der Aktivitäten; davon ausgehend werden die Sammlungen inhaltlich erschlossen und Kataloge über ausgewählte Sammlungen publiziert. Dieses Konzept ist überzeugend und steigert die Reputation des Hauses in der internationalen Referenzcommunity der Technik-Museen sowie der Wissenschafts- und Technikhistoriker/innen
- Die im Übergabevertrag zwischen Bund und TMW festgelegte Frist der Erarbeitung eines Gesamtinventarverzeichnisses bis Ende 2005 ist trotz dieser Prioritätensetzung nicht zu erfüllen (Ressourcenfrage)

- Die technische Nachrüstung der Depots als Priorität der nächsten Jahre wäre wünschenswert
- Der 4-Jahres-Restaurierungs-Rahmenplan ist an die Ausstellungsplanung angepasst
- Kooperationen mit Restaurierungsabteilungen anderer Bundesmuseen und Einbindung von Diplomaten/innen und Praktikanten/innen der Restaurierungswissenschaften werden angeraten
- Eine Integration der auch als öffentliche Bibliothek genutzten Bibliothek des TMW in den Bibliotheksverbund scheint sinnvoll
- Das Archiv hat sich in den letzten Jahren durch eine geschickte Vernetzungspolitik und offensive Kommunikation seiner Bestände in der deutschsprachigen Fachwelt gut platziert. Es wird allerdings von Außenstehenden auf Grund von Defiziten in der Objekterschließung und eines unklaren Erwerbungsprofils nicht genutzt
- Der Ausbau des Alleinstellungsmerkmals und der Anspruch zur nationalen Leitinstitution für Technikgeschichte zu werden, um sich langfristig am internationalen historischen Forschungsmarkt zu profilieren, werden äußerst positiv bewertet
- Die Förderung der Weiterqualifikation der wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen und eine Kooperation mit den lokalen universitären Forschungs- und Lehreinrichtungen erscheint langfristig als sinnvoll und notwendig
- Die Erarbeitung eines periodisch fortzuschreibenden Forschungsplans wird angeregt
- Die Publikationstätigkeit des TMW wurde ausgeweitet und professionalisiert; auch eine vermehrte Publikation in Fachzeitschriften wurde konstatiert
- Der Ausstellungsschwerpunkt liegt sinnvollerweise auf Dauerausstellungen und auf dem internationalen Trend entsprechenden Schwerpunktsetzungen. Die Konzeption der Ausstellungen ist in sich stimmig und nimmt den internationalen Trend zu kontextuellen Ausstellungen auf, die Wissenschaft und Technik in kulturelle und lebensweltliche Zusammenhänge zu integrieren. Die aktuelle Strategie, pro Jahr eine größere Sonderausstellung zu veranstalten, überzeugt
- Hinsichtlich des geplanten Verkehrsmuseums wird unbedingt örtliche Nähe zum Hauptgebäude des Museums empfohlen (Machbarkeitsstudie für einen Anbau wird empfohlen)
- Zielgruppe sind vor allem Schüler/innen und Jugendliche; das in Vorbereitung befindliche Programm von Mitgliedsschulen, deren Schüler/innen gegen einen geringen jährlichen Fixbetrag freien Eintritt haben, wird als innovativ gesehen
- Obwohl die Ausstellungen international ausgerichtet sind, ist der Touristen/innenanteil unter den Besucher/innen sehr gering; empfohlen werden eine Zielgruppenanalyse und Qualitätssicherungsmaßnahmen
- Das TMW bietet ein breitgefächertes museumspädagogisches Angebot
- Das Angebot des Museumsshops ist zu schmal; ein offensives Marketing der Publikationen oder Fremdvermietung des Shops wären zu überprüfen
- Die Sponsoringaktivitäten sind beispielgebend. Bei dem jüngsten Ausstellungsprojekt „Medienwelten“ ist es beispielsweise gelungen, 30 % der Gesamtkosten durch Sponsormittel abzudecken
- Der Internetauftritt sollte dahingehend ausgebaut werden, dass vermehrt inhaltliche Informationen über die Museumsbestände angeboten werden
- Ein internationaler Beirat aus Experten/innen, die die Sammlungsschwerpunkte abdecken, wird empfohlen, wobei dieser die konzeptionelle Weiterentwicklung des Museums begleiten und diesbezügliche Empfehlungen abgeben soll; ein zwei- bis dreijähriger Bericht dieses Gremiums an das BMBWK hätte den Charakter einer regelmäßigen Evaluierung
- Die Angliederung der Österreichischen Mediathek an das TMW ermöglicht Synergieeffekte mit dem Museum und ist zukunftsweisend
- Die Mediathek verfügt über eine gut ausgebaute Anlage zur Digitalisierung und anschließender Speicherung von Tondokumenten im file-Format
- Die Vernetzung mit anderen Institutionen könnte die Attraktivität des Angebots noch fördern