

Öffnung von Museen nach dem ersten Lockdown im Sommer 2020 - Ein Einblick in Perspektiven des (potenziellen) Publikums

von **Inga Specht, Volker Schönert**

Erscheinungsjahr: 2021

Stichwörter:

Adressaten | Besucherforschung | Empirische Forschung | Erwachsene | Evaluation | Forschung | Gesellschaft | Kulturforschung | Museum | Publikum/Nutzer*innen

Abstract

Basierend auf einer größeren Online-Erhebung und drei In-House-Erhebungen in einem konkreten Museum gibt der vorliegende Beitrag erste Einblicke in die Wahrnehmung und Beurteilung der umgesetzten Sicherheits- und Hygienemaßnahmen zum Infektionsschutz von (potenziellen) Museumsbesucher*innen. Die Befunde weisen darauf hin, dass die Maßnahmen akzeptiert und die Anstrengungen der Museen eine Öffnung unter den Sicherheitsauflagen wertgeschätzt werden. Je nach Maßnahme wird der Zugewinn an Sicherheitsempfinden und Einschränkung des Besuchererlebnis unterschiedlich bewertet. Bedeutsam erscheint das Verhältnis von Besucher*innenzahlen und Ausstellungsfläche, um Abstand gewährleisten zu können. Online-Ticketing kann ein kontinuierlicher Besucher*innenfluss ohne Warteschlangen und eine zeitliche Limitierung des Besuchs unterstützen. Die größten Sorgen bzw. Ängste bestehen hinsichtlich unkontrollierten Verhaltens anderer Besucher*innen. Die strikte Durchsetzung der Maßnahmen und Kontrolle der Situation vonseiten des Museums ist daher eine Notwendigkeit, die nicht unterschätzt werden sollte. Das Interesse für einen Besuch bei bestimmten (früheren) Besuchersegmenten zu wecken, wird eine Herausforderung der nächsten Jahre sein.

Der vorliegende Beitrag basiert zum einen auf einem bereits veröffentlichten Bericht zu einer Online-Erhebung, die im Zuge der Öffnung der Museen unter Sicherheits- und Hygienemaßnahmen zum Infektionsschutz gegen den SARS-CoV-2-Virus im Sommer 2020 im Rahmen einer Leibniz-Kooperation durchgeführt wurde (s. [Specht 2020](#)). Identische Textpassagen sind daher nicht ausgeschlossen. Zum anderen flossen in den Beitrag Befunde aus Besucher*innenbefragungen im Museum für Naturkunde (MfN - Leibniz-Institut für Evolutions- und Biodiversitätsforschung) in Berlin ein, die von Sommer bis Herbst 2020

„In-House“ stattgefunden haben (s. Schönert 2020).

Die Corona-Pandemie hat auch vor dem kulturellen Sektor nicht Halt gemacht. Nach einem ersten, deutschlandweiten Lockdown im Frühjahr 2020, der auch die Schließung aller Kultureinrichtungen umfasste, durften Museen und andere öffentliche Einrichtungen unter spezifischen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen zum Infektionsschutz im Mai 2020 in Deutschland schrittweise wieder öffnen. Wie aber haben (potenzielle) Besucher*innen diese Maßnahmen im Sommer 2020 wahrgenommen? Wie sicher fühlten sie sich hinsichtlich der Gefahr einer Ansteckung mit SARS-CoV-2-Virus im Museum zu dieser Zeit? Inwieweit fühlten sich die Besucher*innen bei ihrem Besuch durch die Maßnahmen eingeschränkt? Und inwieweit wurden die Maßnahmen von Besucher*innen akzeptiert?

Diese und weitere Fragen versuchte eine explorative Online-Erhebung der [acht Leibniz-Forschungsmuseen](#) sowie drei Fallstudien im Museum für Naturkunde in Berlin zu beantworten (s. Specht 2020; Schönert 2020).

Rahmenbedingungen/Stichprobe der Online-Erhebung

Im Sommer 2020 (Juli-August) bewarben die acht Leibniz-Museen über ihre digitalen Kanäle (Homepage, soziale Medien), Newsletter und Infopost für Mitglieder (Förderverein, Freundeskreis o.Ä.) eine Online-Erhebung zur Wiedereröffnung der Museen. Die Teilnahme war freiwillig und ohne Incentivierung. Insgesamt füllten 700 (potenzielle) Besucher*innen bzw. am Museum(sbesuch) Interessierte ab einem Alter von 16 Jahren den Fragebogen aus.

80 % ($n = 559$) der Teilnehmenden hatten das Museum, durch das sie auf die Umfrage aufmerksam wurden, schon einmal besucht. 64 % ($n = 357$) davon in den letzten 12 Monaten. Da die Corona-Pandemie erst Anfang des Jahres 2020 um sich griff, umfasst dieser Zeitraum auch noch Monate ohne pandemiebedingte Einschränkungen (Juli bis Dezember 2019). Der Altersdurchschnitt betrug 48 Jahre, wobei die unter Dreißigjährigen in der Stichprobe kaum vertreten waren. Die Teilnehmenden waren zu 60 % weiblich, museumsaffin (55 % habituelle Besucher*innen, Besuchsverhalten vor der Pandemie) und wiesen ein sehr hohes Bildungsniveau auf (80 % Hochschulreife/Fachhochschule/Abitur) auf. Ferner gaben die Teilnehmenden an, dass sie vor der Pandemie insbesondere aus den folgenden Gründen ins Museum gegangen sind: „Lernen/Interessen verfolgen“, „Gemeinsame Freizeitaktivität“ und „Entspannung/Erholung“ (Besuchsmotivation in Anlehnung an Phelan et al. 2018). Im Zuge der Auswertung der offenen Fragen der Online-Erhebung zeigte sich, dass sich diese Motivationen zum Museumsbesuch (im Vergleich zu den Besucherbefragungen in Normalzeiten) nicht wirklich verändert haben, insbesondere für Erwachsene mit Kindern spielt nach wie vor die gemeinsame Aktivität eine große Rolle. 42 % ($n = 296$) der Teilnehmenden hatten zum Zeitpunkt der Erhebung bereits ein wieder geöffnetes Museum besucht. Lediglich 17 % ($n = 120$) der Teilnehmenden schlossen aus, im Jahr 2020 noch/wieder ein Museum zu besuchen. 72 % ($n = 507$) der Teilnehmenden gaben an (sehr) wahrscheinlich noch / wieder ein Museum besuchen zu wollen.

Rahmenbedingungen/Stichprobe der Besucher*innenbefragungen im Museum für Naturkunde Berlin

Die eingeschränkte Öffnung zu Anfang der Wiedereröffnung im Mai 2020 ließ zunächst nur 600 Besucher*innen über den Tag verteilt im Museum zu (je 300 am Vor- bzw. Nachmittag). Von Sommer bis Herbst 2020 erhöhte sich die Menge auf bis zu 1.000 Besucher*innen (je 500 am Vor- bzw. Nachmittag) an besucherstarken Tagen. Mit der Begrenzung wurden die geforderten Abstände der Besucher*innen untereinander im Verhältnis zur Ausstellungsfläche garantiert. Durch Online Ticketing verbunden mit einer (großzügigen) zeitlichen Limitierung der Besuchszeit konnte eine Regulierung eines gleichmäßigen Besucherflusses, verteilt über die Zeitfenster vormittags und nachmittags (Slots), erreicht werden. Da nur Online-Tickets akzeptiert wurden, wurden Stauungen zu bestimmten Zeiten am Eingang und dadurch Warteschlangen und ggf. Unmut weitgehend vermieden.

Eine intensive Beschilderung über die Regeln des Besuchs an vielen Stellen im Ausstellungsbereich sowie die strenge Kontrolle durch die Aufsichtskräfte (Masken tragen, Einhaltung der Abstände, Besucherfluss nur in eine Richtung, viele Station zur Desinfektion der Hände) sorgte für eine kontrollierte Situation. Auf diese Weise wurde bei den Besucher*innen ein hohes Maß an Sicherheitsgefühl bewirkt, wie die (unten dargestellten) Befunde belegen. Die Befragung selbst lief unter der strikten Einhaltung der Sicherheitsregelungen und Hygienevorschriften ab. Befragt wurde mit Computer-Tablets. In drei Erhebungswellen (Sommer bis Herbst 2020) wurden so Daten von über 1.000 Besucher*innen ab 14 Jahren gesammelt. Die Befragten waren zu 53 % ($n = 502$) weiblich und hochgebildet (51 %, verfügten über einen Universitäts-/Fachhochschulabschluss, 9 % über eine Promotion). 48 % der Befragten stammten aus Berlin/Brandenburg. Hinsichtlich des Alters zeigte sich, das 20-29-jährige mit 39 % ($n = 374$) den größten Anteil der befragten Besucher*innen ausmachten. Gefolgt wurde dies von den 30-39-jährigen mit 21 % ($n = 202$). Im Vergleich zu früheren repräsentativen Besucherbefragungen im Museum für Naturkunde war der Anteil an mittleren und älteren Altersgruppen deutlich geringer.

Einschätzung der Öffnung nach dem ersten Lockdown

Insgesamt wurde die Wiedereröffnung der Museen von den Teilnehmenden der Online-Erhebung als positiv empfunden. Durchschnittlich war die Mehrheit der Teilnehmenden der Meinung, dass die Wiedereröffnung mit umfassenden Sicherheits- und Hygienemaßnahmen (u.a. AHA-Regelungen, Lüftung) sinnvoll (89 %), richtig (88 %) und vernünftig (71 %) ist. Wobei knapp ein Drittel (33 %) sich nicht sicher war, ob es nicht doch gefährlich wäre. Insgesamt zeigt sich insbesondere in den Antworten auf die offenen Fragen der Online-Erhebung, dass den Teilnehmenden das Risiko einer Ansteckung mit dem SARS-CoV-2-Virus in der Regel bewusst war. Die Unsicherheit bzgl. der aktuellen Pandemiesituation spiegelte sich dabei nicht nur in den Antworten der Teilnehmenden wider, die die Wiedereröffnung bzw. einen Besuch nicht guthießen, sondern auch in den Antworten derjenigen Teilnehmenden, die die Wiedereröffnung bzw. einen Besuch (sehr) positiv beurteilten.

Auch die Befragten der Besuchererhebungen im Museum für Naturkunde schätzen die Öffnung und das Engagement des Museums sehr. Dies kann durch zahlreiche positive Kommentare hinsichtlich der Wertschätzung für die Anstrengung des Museums, dies unter den schwierigen Bedingungen offenzuhalten, belegt werden.

Einschätzung der Sicherheits- und Hygienemaßnahmen

Insgesamt schätzen die Teilnehmenden der Online-Erhebung 19 Maßnahmen zum Infektionsschutz ein, die im Sommer 2020 typischerweise in Museen eingesetzt wurden (s. Abb. 1; s. auch Specht 2020:37ff.). Die Teilnehmenden wurden gebeten, die jeweilige Sicherheits- und Hygienemaßnahme zum Infektionsschutz auf zwei vierstufigen Skalen einzuschätzen („überhaupt nicht sicher (1)“ – „wenig sicher (2)“ – „ziemlich sicher (3)“ – „sehr sicher (4)“; „gar nicht eingeschränkt (1)“ – „weniger eingeschränkt (2)“ – „ziemlich eingeschränkt (3)“ – „sehr eingeschränkt (4)“), wobei jeweils auch die Option bestand, keine Beurteilung zu machen (Antwortoption: „kann ich nicht sagen / weiß nicht“). Damit standen den Teilnehmenden jeweils vier (plus eins) Antwortmöglichkeiten zur Verfügung.

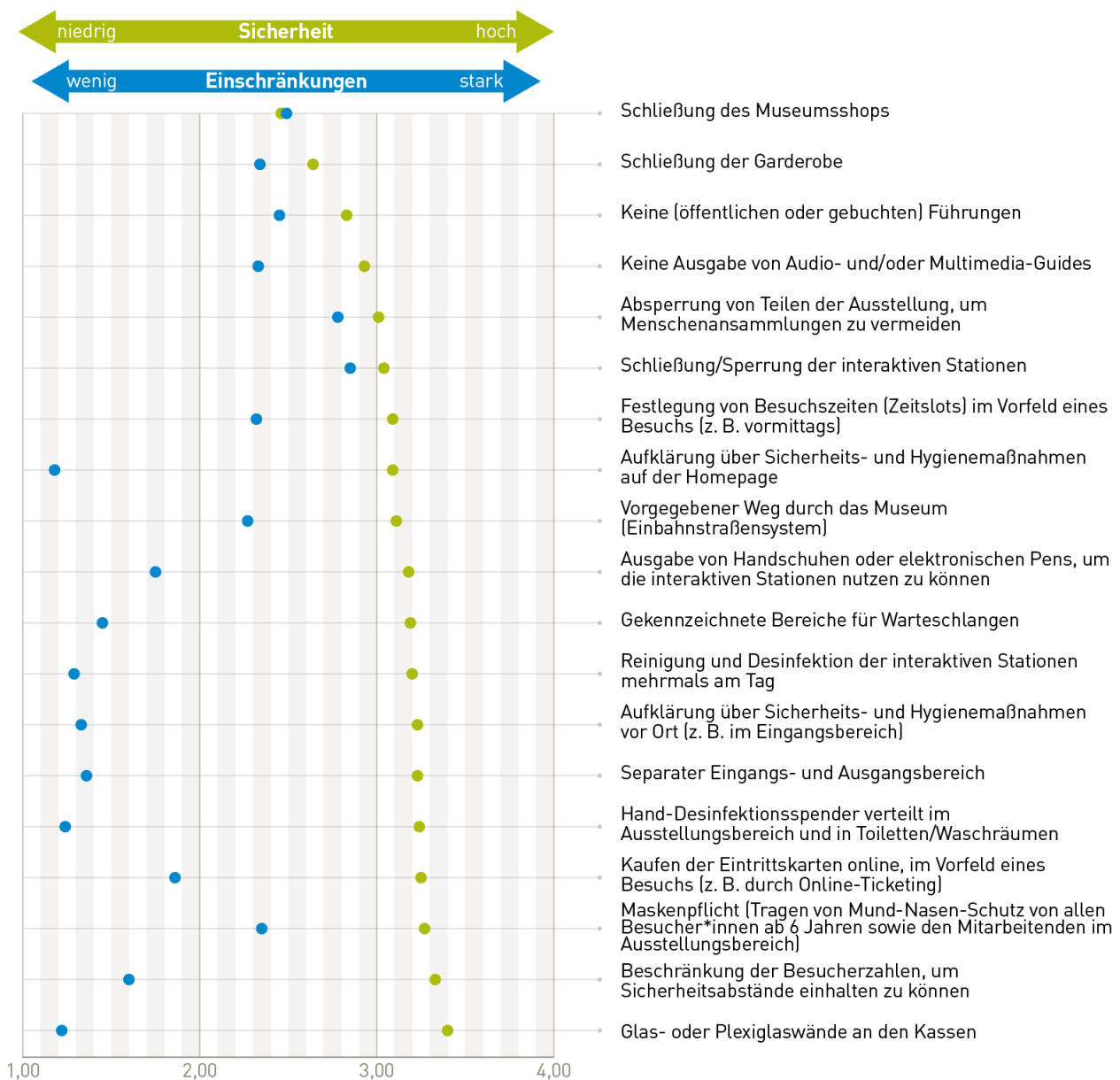


Abb. 1 Einschätzung von Maßnahmen zum Infektionsschutz hinsichtlich der vermittelten Sicherheit mit Blick auf eine Ansteckungsgefahr mit dem Corona-Virus und der eingeschätzten Einschränkung im Rahmen eines Museumsbesuchs, Online-Erhebung (Mittelwert auf einer vier-stufigen Skala, n = 700)

Sicherheit

Bezüglich des Gefühls der Sicherheit vor einer Ansteckungsgefahr mit dem Corona-Virus erweckten die folgenden Maßnahmen bei den Teilnehmenden der Online-Erhebung durchschnittlich ein „ziemlich (3)“ hohes Gefühl der Sicherheit (s. Abb. 1):

- Glas- oder Plexiglaswände an den Kassen,
- Beschränkung der Anzahl an Besucher*innen, um Sicherheitsabstände einhalten zu können,
- Maskenpflicht (Tragen von Mund-Nasen-Schutz von allen Besucher*innen ab 6 Jahren sowie den Mitarbeitenden im Ausstellungsbereich),
- Kaufen der Eintrittskarten online im Vorfeld eines Besuchs (z.B. durch Online-Ticketing),
- Hand-Desinfektionsspender verteilt im Ausstellungsbereich und in Waschräumen/Toiletten,
- separate Eingangs- und Ausgangsbereiche sowie
- Aufklärung über Sicherheits- und Hygienemaßnahmen vor Ort.

Insgesamt lagen die Mittelwerte aller eingeschätzten Maßnahmen nicht unter 2.50 und der Median stets bei 3.00. Für eine vierstufige Antwortskala bedeutet dies, dass alle 19 Maßnahmen durchschnittlich ein Gefühl der Sicherheit vermittelten.

Bei denjenigen Maßnahmen, deren vermitteltes Sicherheitsgefühl vergleichsweise niedrig eingeschätzt wurde (keine Ausgabe von Audio- und/oder Multimedia-Guides, keine (öffentlichen oder gebuchten) Führungen, Schließung der Garderobe und Schließung des Museumsshops), wurde allerdings auch ersichtlich, dass der Anteil derjenigen Teilnehmenden, die diese Maßnahmen als „überhaupt nicht“ bzw. „wenig“ sicher beurteilten, sehr viel höher war als bei denjenigen Maßnahmen, die als „ziemlich“ sicher empfunden wurden (insbesondere: Beschränkung der Besucherzahlen, um Sicherheitsabstände einhalten zu können, sowie Maskenpflicht).

Dass sich Besucher*innen mit den umgesetzten Maßnahmen auch wirklich sicher und gut aufgehoben fühlten, darauf weisen die Befunde der In-House-Befragungen des Museums für Naturkunde hin: Etwa 68 % der Befragten gaben an, dass die Maßnahmen und deren Einhaltung im Museum für ein hohes Maß an Sicherheitsgefühl sorgten („sehr sicher und gut aufgehoben gefühlt“, s. Abb. 2). Addiert man die knapp 28 % der Befragten hinzu, die sich „sicher und gut aufgehoben fühlten“, ergibt sich eine generelle Zufriedenheit mit den umgesetzten Sicherheits- und Hygienemaßnahmen im Museum für Naturkunde von gut 95 % (s. Abb. 2).

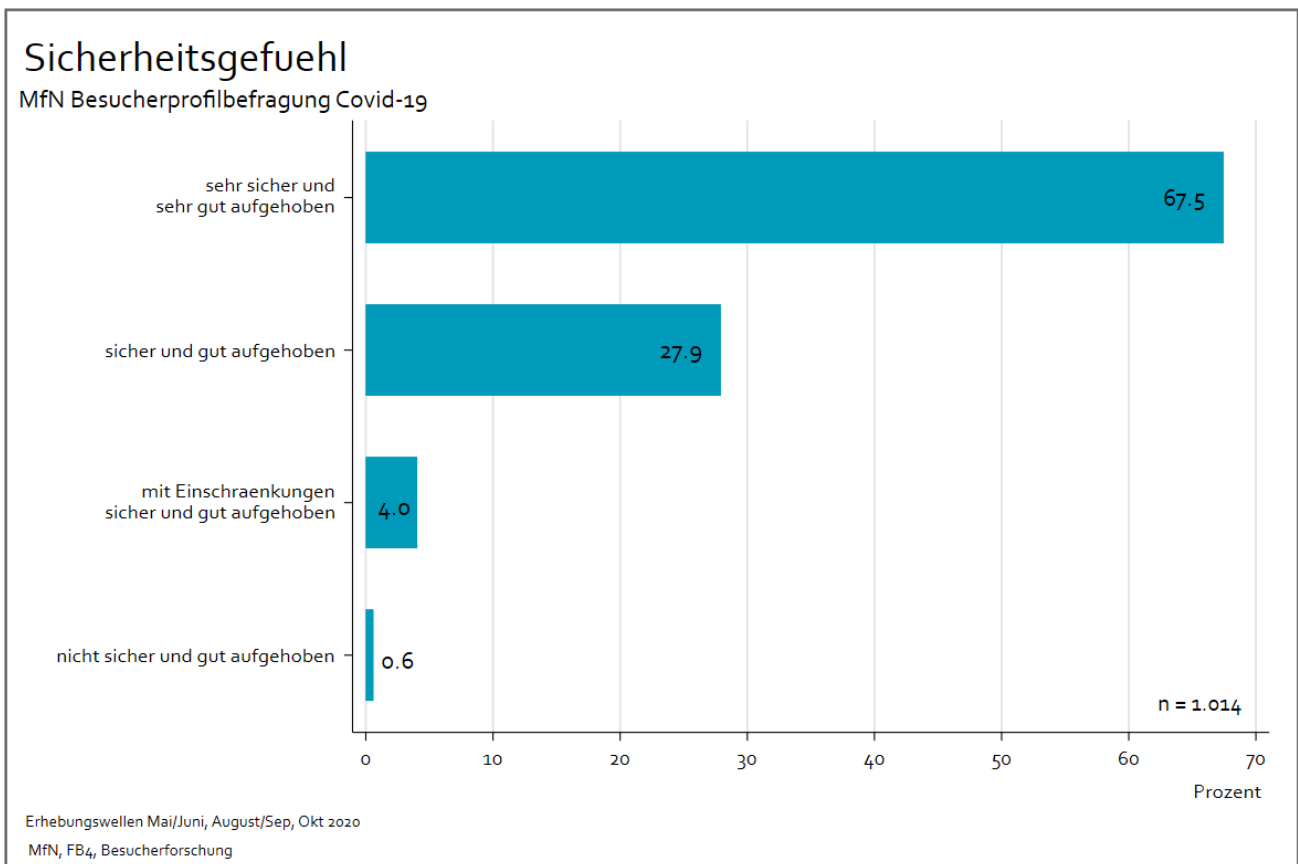


Abb. 2 Einschätzung des Sicherheitsempfindens während eines Museumsbesuchs mit vorhandenen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen, In-House-Erhebung Museum für Naturkunde Berlin (Prozentwerte auf einer vier-stufigen Skala, n = 1.014)

Ein ähnliches Bild zeigte auch die Online-Erhebung aller acht Leibniz-Museen. Die Mehrheit (über 90 %) der Teilnehmenden der Online-Erhebung, die nach dem ersten Lockdown bereits ein Museum besucht hatten, gaben an, sich „(sehr) sicher“ gefühlt zu haben (Angaben auf einer fünfstufigen Antwortskala: $M = 4.52$, $SD = 0.71$, $n = 292$, Median = 5.00). Die Hauptkritikpunkte derjenigen, die sich nicht sicher gefühlt hatten, waren, 1) dass Abstand nicht eingehalten wurde, 2) dass ein Mund-Nasen-Schutz/Alltagsmaske (von anderen Besucher*innen) gar nicht oder unkorrekt getragen wurde, und 3) dass das Sicherheits-/Museumspersonal bei Verstoß gegen die Maskenpflicht bzw. Hygiene- und Abstandsregeln nichts unternommen haben. Auch würde ein hoher Anteil derjenigen, die seit der Wiedereröffnung bereits ein Museum besucht hatten, den Besuch mit den dort umgesetzten Sicherheits- und Hygienemaßnahmen zum Infektionsschutz weiterempfehlen. Es gab allerdings auch Teilnehmende der Online-Erhebung, die dies (gar) nicht oder nur bedingt machen würden. Die Person, die angab, einen Museumsbesuch „auf keinen Fall“ weiterzuempfehlen, fühlte sich während ihres Besuchs auch nicht sicher (Wert 2.00 auf einer fünfstufigen Skala mit 1 = „überhaupt nicht sicher“). Gegensatz dazu fühlten sich diejenigen, die „auf jeden Fall“ einen Besuch trotz der Maßnahmen weiterempfehlen würden, durchschnittlich „sehr sicher“ ($M = 4.63$, $SD = 0.60$, $n = 225$).

Einschränkung

Hinsichtlich der Sicherheits- und Hygienemaßnahmen zum Infektionsschutz, die bei einem Museumsbesuch als einschränkend wahrgenommen werden, zeigte sich in den Daten der Online-Erhebung ein anderes Bild als hinsichtlich der Einschätzung der vermittelten Sicherheit mit Blick auf das Risiko einer Ansteckung mit Covid-19. Der Median liegt je nach Maßnahme bei 1.00, 2.00 oder 3.00. Für eine vierstufige Antwortskala bedeutet dies, dass die Einschätzungen der 19 Maßnahmen mit Blick auf die (erwartete) Einschränkung und im Vergleich zur Sicherheitseinschätzung deutlich mehr variierten. Wurden die Maßnahmen durchschnittlich alle als Sicherheit vermittelnd empfunden („ziemlich sicher (3)“), variierten die Einschränkungseinschätzungen deutlich zwischen „gar nicht (1)“ und „ziemlich einschränkend (3)“. Die Maßnahmen, die durchschnittlich als „ziemlich (3)“ einschränkend eingeschätzt wurden, sind:

- Die Schließung/Sperrung der interaktiven Stationen,
- die Absperrung von Teilen der Ausstellung, um Menschenansammlungen zu vermeiden bzw. Abstandsregelungen in der Ausstellung einhalten zu können, sowie
- die Schließung des Museumsshops (s. Abb. 1).

Da ein Museumsbesuch bzw. -erlebnis heutzutage in der Regel auch durch Mitmach- und Multimedia-Stationen, Hands-on usw. geprägt wird, ist leicht nachvollziehbar, warum diese Maßnahmen, die einen Museumsbesuch doch erheblich verändern, als am meisten einschränkend eingeschätzt wurden. Auch der Erwerb eines Museumskatalogs, eines Geschenks und/oder eines Andenkens oder einfach nur das Treibenlassen durch den Shop gehört in der Regel zur „*overall museum experience*“ (Falk & Dierking 2013). Und, wenn nicht alle Räume bzw. Bereiche einer Ausstellung angeschaut werden können, schränkt dies selbstverständlich einen Besuch ein.

Weitere Maßnahmen, die nach den Teilnehmenden einen Museumsbesuch zwar „weniger“ (2), aber dennoch einschränken, sind:

- Keine (öffentlichen oder gebuchten) Führungen,
- Maskenpflicht (auch wenn diese Sicherheit vermittelt),
- Schließung der Garderobe sowie
- keine Ausgabe von Audio- und/oder Multimedia-Guides.

Personell oder audiovisuell geführte Touren durch die Ausstellung sind wichtige Vermittlungsformate, die von einer Vielzahl an Museumsbesucher*innen geschätzt und genutzt werden, zumal sie einen komprimierten Überblick vermitteln und/oder Zusatzinformationen liefern, die sich Besucher*innen anhand der Ausstellung nicht immer selbst erschließen können.

Hinsichtlich der Maßnahmen „Schließung des Museumsshops“ und „Keine (öffentlichen oder gebuchten) Führungen“ war der Anteil der Teilnehmenden, die die Maßnahme als „gar nicht“/„weniger“ einschränkend einschätzten, ähnlich groß wie derjenigen, die diese Maßnahmen als „ziemlich“/„sehr“ einschränkend beurteilten (Museumsshop: 47 % vs. 48 %; Führung: 50 % vs. 45 %). Für knapp der Hälfte der Teilnehmenden an der Online-Erhebung würde demnach eine Schließung des Museumsshops bzw. ein Nichtstattfinden von Führungen eher auf weniger Akzeptanz und/oder Toleranz stoßen. Für einen fast ebenso großen Anteil würde dies nach eigenen Angaben aber auch keinen Unterschied machen.

Im Vergleich zur Einschätzung des vermittelten Sicherheitsgefühls wurden bei den Einschätzungen der Einschränkung eines Besuchs durch eine Maßnahme in der Online-Erhebung häufiger die Antwortoption „kann ich nicht sagen / weiß nicht“ verwendet. Dies kann ein Hinweis darauf sein, dass die Beurteilung mit Blick auf die Einschränkung eines Museumserlebnisses leichter zu fallen scheint als die Einschätzung, ob man sich durch diese Maßnahme sicher fühle, zumal den Teilnehmenden – dies wurde anhand er offenen Fragen der Online-Erhebung deutlich – sich bewusst waren, dass die Sicherheit angesichts der noch nie da gewesenen Pandemie-Situation nur schwer einzuschätzen ist bzw. immer ein Restrisiko bleibt, was eine Einschätzung der Sicherheit hinsichtlich einer Ansteckungsgefahr mit dem Corona-Virus erschwert.

Dass die umgesetzten Maßnahmen zwar als notwendig akzeptiert, aber auch als Einschränkung im Museumserlebnis erfahren wurden, darauf weisen die Befunde der Befragung von Besucher*innen des Museums für Naturkunde in Berlin ebenfalls hin.

Von einem größeren Teil der hier befragten Besucher*innen wurde vor allem das Tragen der Masken über die gesamte Zeit des Besuchs als einschränkend empfunden. Etwa 10 % ($n = 98$) gaben „sehr eingeschränkt“ und 22 % ($n = 222$) „eingeschränkt“ an (s. Abb. 3). Das Besuchserlebnis wurde zudem für einen größeren Teil der Befragten durch die Absperrung der interaktiven Stationen „sehr eingeschränkt“ (13 %) bzw. „eingeschränkt“ (35 %). Letztgenannte Werte liegen sogar über den Werten hinsichtlich der Absperrung von Teilen der Ausstellung (s. Abb. 3). Sehr positiv dagegen wurde der „regulierte Einlass vor Ort“ angesehen. Nur wenige empfanden diesen als „(sehr) einschränkend“ (2 %, $n = 20$). Insgesamt kommen die In-House-Befragungen damit zu einem ähnlichen Ergebnis wie die Online-Erhebung, bei denen die Einschränkungen ohne einen gerade absolvierten Besuch eingeschätzt wurden. Nicht alles, was ein Gefühl der Sicherheit vermittelt, wurde als einschränkend bewertet und umgekehrt.

Bewertung Einschränkungen Museumsbesuch

MfN Besucherprofilbefragung Covid19, Sommer/Herbst 2020

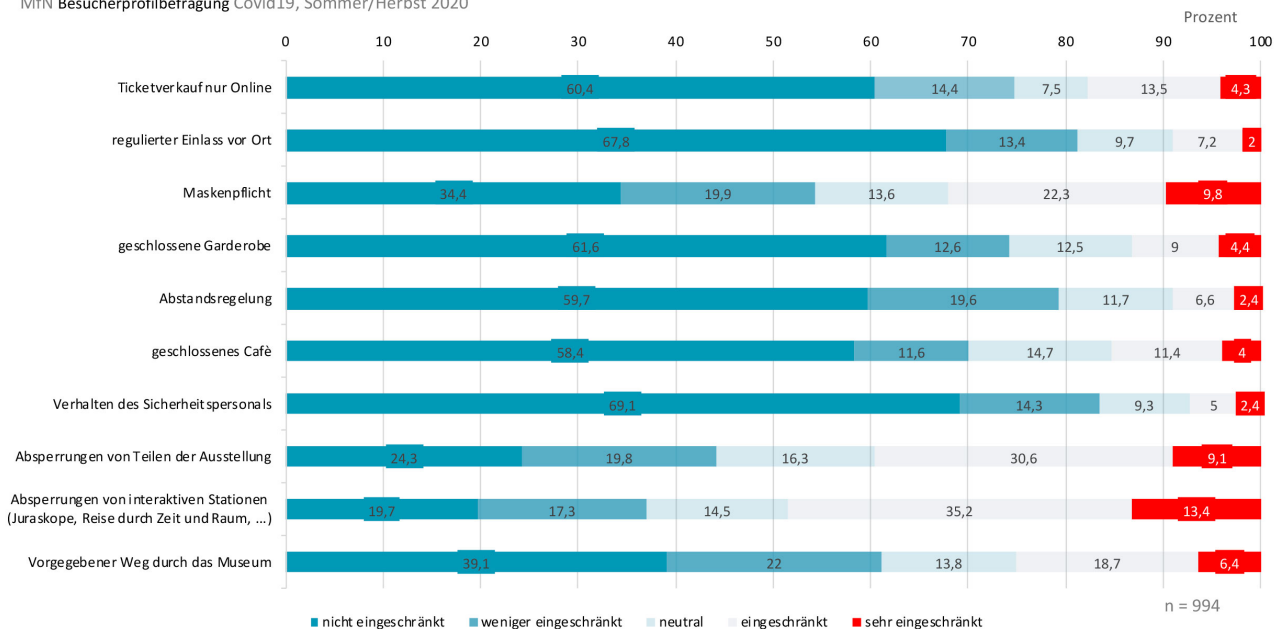


Abb. 3 Bewertung der Einschränkung des Museumserlebnisses, In-House-Erhebung Museum für Naturkunde Berlin (Häufigkeiten und Prozentwerte auf einer fünf-stufigen Skala, $n = 994$)

Akzeptanz

Die Befunde der Befragungen ($n = 1.004$) im Museum für Naturkunde belegen, dass die Sicherheitsmaßnahmen und Hygieneregeln auf eine hohe Akzeptanz und somit auf Verständnis bei den Besucher*innen stießen. Für 76 % waren die Sicherheits- und Hygieneregeln „völlig verständlich“ und für 21 % „verständlich“ (auf einer vier-stufigen Skala von „nicht verständlich“ bis „völlig verständlich“).

In den späteren Wellen der Besucherbefragungen (Herbst 2020) sank die Akzeptanz allerdings etwas ab. Eine mögliche Erklärung hierfür, kann in der Anhebung der Besuchszahlen von 400 auf 1.000 Besucher*innen pro Tag gefunden werden. Aus der Analyse der Antworten auf die offenen Fragen abgeleitet, möchten Besucher*innen in erster Linie vor anderen Besucher*innen geschützt werden. (Die Sorge bzw. Angst, dass sich nicht alle Besucher*innen an die Regeln halten, wurde auch in den offenen Antworten der Online-Erhebung häufig angesprochen.) Eine gewisse Problematik offenbart sich diesbezüglich auch am Bewegungsdrang von Kindern, die sich nicht immer regelkonform verhalten und durch die Ausstellung laufen.

Besuchsabsichten

Betrachtet man alle Teilnehmenden der Online-Erhebung, die zum Zeitpunkt der Erhebung angaben, im Jahr 2020 (sehr) wahrscheinlich noch ein Museum besuchen zu wollen ($n = 507, 72 \%$), im Vergleich zu denjenigen, die dies nicht in Betracht zogen ($n = 120, 17 \%$) (Missing $n = 73, 10 \%$), ungeachtet dessen, ob sie während der Covid-19-Pandemie bereits ein Museum besucht hatten oder nicht, zeigt sich, dass sie sich hinsichtlich ihrer sozio-demografischen Merkmale nicht unterschieden haben.

Mit Blick auf die allgemeine Einschätzung der Wiedereröffnung unterschieden sie sich in ihrer durchschnittlichen Einschätzung insofern, als diejenigen, die im Jahr 2020 (sehr) wahrscheinlich noch ein Museum (wieder) besucht hätten, die Wiedereröffnung tendenziell eher für sinnvoll, richtig und vernünftig hielten als diejenigen, die dieses Jahr nach eigenen Angaben keinen Besuch (mehr) anstrebten. Für die Mittelwertvergleiche der Einschätzungen der Sicherheits- und Hygienemaßnahmen zeigten sich, dass diejenigen, die im Jahr 2020 keinen Besuch (mehr) anstrebten, drei Maßnahmen zum Infektionsschutz signifikant geringer einschätzten: 1) Maskenpflicht, 2) gekennzeichneten Bereiche für Warteschlangen und 3) die Verteilung von Hand-Desinfektionsspendern im Ausstellungsbereich und in Waschräumen/Toiletten. Diese drei Maßnahmen vermittelten für sie im Durchschnitt ein geringeres Gefühl der Sicherheit vor Ansteckung mit dem Corona-Virus als für diejenigen, die zum Zeitpunkt der Erhebung angaben, im Jahr 2020 vermutlich noch ein Museum besuchen zu wollen (s. Specht 2020:71). Angesichts der Tatsache, dass die Stichprobe an sich sehr museumsaffin bzw. museumsverbunden war, weisen diese Ergebnisse darauf hin, dass es frühere Besucher*innen bzw. am Besuch Interessierte gibt, die – trotz aller Affinität – aufgrund der Pandemie-Situation eher einen Museumsbesuch ausschließen.

Limitationen

Seit dem Zeitpunkt der Erhebungen ist es a) zu einem weiteren Lockdown und b) zu höheren Fall- und Todeszahlen in Deutschland (als auch weltweit) gekommen. Dies könnte unter Umständen zur Folge haben, dass es – wenn man die Erhebungen jetzt wiederholen würde – vereinzelt zu anderen Ergebnissen kommen könnte. Dessen ungeachtet geben die dargestellten Befunde einen – wenn auch ersten – Einblick in die

Einschätzungen und das Verhalten von (potenziellen) Museumsbesucher*innen in Zeiten der Corona-Pandemie.

Die dargestellten Befunde basieren u.a. auf einer explorativen Online-Erhebung, die keine Repräsentativität für die beteiligten Museen anstrebte. Ziel der damaligen Erhebung war es, einen allgemeinen Eindruck von der Wahrnehmung der umgesetzten Maßnahmen vom (potenziellen) Publikum zu erhalten. Bezüglich der beteiligten Museen sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass keine Kunstmuseen vertreten waren. Da die Stichprobe aber sehr museumsaffin war, kann u.U. angenommen werden, dass Besucher*innen von Kunstmuseen beteiligt waren. Insgesamt ist die Stichprobe für die Beurteilung der Befunde per se zu berücksichtigen. Die Online-Erhebung wurde nicht durch „museumsferne“ Informationskanäle gestreut. Weiterhin kannte die Mehrheit der Teilnehmenden die Häuser und/oder erscheinen eher museumsaffin („habituelle Besucher*innen“), was generell für ein schätzendes bzw. positiv gestimmtes Verhältnis zu Museen spricht. D.h., es kann davon ausgegangen werden, dass die Einschätzung der Sicherheits- und Hygienemaßnahmen mehrheitlich auf Beurteilung von Personen beruht, die mit Museen vertraut sind bzw. diese auch in „normalen Zeiten“ besuchen. Für den sehr hohen Anteil von Teilnehmenden mit einem sehr hohen Bildungsniveau (auch im Vergleich zur deutschen Gesamtbevölkerung, s. Statistisches Bundesamt 2020) können nur Vermutungen angestellt werden. Generell ist der Anteil von Personen mit höherem Bildungsniveau häufig in Museen überrepräsentiert. Eine weitere mögliche Erklärung wäre, dass so kurz nach dem ersten Lockdown, insbesondere Personen, die auch vor der Pandemie häufiger an Kunst- und Kulturveranstaltungen teilgenommen haben, früher als andere Personen wieder an kulturellen Aktivitäten teilhaben möchten und sich diesbezüglich informieren (Homepage der Museen). Darauf weisen Befunde des COVID-19 Audience Outlook Monitor (Australia Snapshot Report: May 2020) hin. Ferner findet sich in internationalen Online-Studien zum Kulturnutzungsverhalten, die auch im Sommer 2020 stattgefunden haben, ähnliche Stichprobenstrukturen (überwiegend weiblich und durchschnittlich über 35 Jahre alt, „Digital Audience Survey“ (UK); „Scotinform Cultural Survey“). Aufgrund der Spezifität der Umfrage und der genutzten Informationskanäle (u.a. Newsletter) wäre es hingegen falsch, davon auszugehen, dass die Stichprobe der Online-Erhebung das „digitale Publikum“ der Häuser widerspiegelt. Insgesamt lässt die Bewerbung über Newsletter sowie ein ggf. noch nicht allzu lang zurückliegender Besuch eher den Schluss zu, dass ein Teil der Teilnehmenden an der Erhebung teilgenommen hat, weil er dem jeweiligen Haus auf die ein oder andere Art verbunden ist.

Die in diesem Beitrag dargelegten Befunde stellen lediglich eine Auswahl an Befunden der zugrunde liegenden Studien dar.

Diskussion

Insgesamt weisen die beiden Studien darauf hin, dass viele der umgesetzten Sicherheits- und Hygienemaßnahmen einen erheblichen Zuwachs an Sicherheit mit sich bringen. Die empfundenen Einschränkungen für die verschiedenen Maßnahmen aber auch sehr unterschiedlich bewertet wurden. Als große Einschränkungen wurden die Schließung und Sperrung von interaktiven Stationen und Teilen der Ausstellung angesehen. In ein Museum zu gehen und nicht alles nutzen zu können und vorzufinden, wie man es gewohnt ist bzw. es erwartet, kann zu Frustration und mangelnde Akzeptanz und Toleranz der jeweiligen Maßnahme führen. Daher sollten Museen genau abwägen, welche Angebote unbedingt zu schließen sind, welche offengelassen werden und welche Bereiche oder Stationen mit einer

„Einlassregelung“ versehen, offengehalten werden können.

Darüber hinaus, wurde insbesondere das Tragen von Masken zwar als sinnvoll mit Blick auf den Infektionsschutz betrachtet, aber tendenziell auch als sehr einschränkend wahrgenommen. Museen könnten daher überlegen, ob sie ihren Besucher*innen ein „Luft holen“ ohne Maske ermöglichen können, z.B., indem die Möglichkeit besteht den geführten Weg durch die Ausstellung/das Haus zu verlassen, um in einem Garten, auf einem Balkon o.Ä. kurz die Masken abnehmen und „frei atmen“ zu können. Doch ist damit auch wieder eine Risikosituation (insbesondere bei begrenztem Raum) vorhanden.

Zusätzlich belegen die Daten aus den In-House-Befragungen des Museums für Naturkunde, dass die umgesetzten Maßnahmen in der Regel auch von den Besucher*innen akzeptiert werden. Der tendenzielle Rückgang der Akzeptanz mit zunehmender zulässiger Zahl an Besucher*innen lässt annehmen, dass die Akzeptanz mit dem subjektiven Sicherheitsgefühl gekoppelt ist. Hier kann folglich ein Schlüssel für eine gelingende sukzessive Öffnung eines Museums verbunden mit einer kontrollierbaren Anzahl von Besucher*innen in der Ausstellung liegen. Zwar lässt sich dies nicht eindeutig aus der In-House-Befragung ableiten, doch scheint die generelle Akzeptanz von der Ratio Anzahl Besucher*innen im Verhältnis zur Ausstellungsfläche und von der Durchsetzung der Regeln vor Ort abhängig zu sein. Wichtig erscheint daher eine sehr strikte Auslegung des Verhältnisses Besucher*innenanzahl zur Ausstellungsfläche. Das Risiko wird eher im unbedachten Verhalten anderer Besucher*innen, deren Risikobewusstsein als niedrig eingeschätzt wird, gesehen. Als hilfreich kann sich hier das Online-Ticketing erweisen, sozusagen als eine Art Regulierungsinstanz für einen kontinuierlichen Besucherfluss und somit einer jederzeit kontrollierbaren Situation. Vorausgesetzt es wird umfassend, auf digitalen und analogen Kanälen auf das Online-Ticketing hingewiesen und darüber aufgeklärt. Ob man mit reinem Online-Ticketing nicht auch potenzielle Besucher*innen ausschließt, wäre natürlich zu bedenken. Museen könnten in diesem Zusammenhang zudem überlegen, ob sie die Eintrittspreise bei zeitlich limitierten Besuchen reduzieren.

Hinsichtlich der möglichen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen zum Schutz vor Ansteckung mit dem SARS-CoV-2-Virus waren sich fast alle Teilnehmenden der Online-Erhebung einig, dass eine Wiedereröffnung der Museen und ein Besuch ausschließlich unter spezifischen (Rahmen-)Bedingungen und entsprechendem präventivem Verhalten umgesetzt werden sollte. Insbesondere die Umsetzung und die strikte Einhaltung der damals gängigen AHA-Regelungen (Abstand, Hygiene, Alltagsmaske) durch alle Besucher*innen und Museumsmitarbeitende spielten neben der (Be-)Lüftung sowie der Kontrolle der Einhaltung eine bedeutsame Rolle. Die Befunde der Follow-up-Erhebung von NEMO zur Situation der Museen in Europa (NEMO 2021) zeigt in diesem Zusammenhang, dass auch Museen davon ausgehen, dass mit entsprechenden Sicherheits- und Hygienemaßnahmen sowohl ihre Besucher*innen als auch ihre Mitarbeitenden sicher sind.

Generell müssen Museen als sichere Orte wahrgenommen und erlebt werden. Neben der digitalen und analogen (im Haus) Aufklärung über die umgesetzten Sicherheits- und Hygienemaßnahmen haben (potenzielle) Besucher*innen das Bedürfnis, zu sehen und zu erleben, dass Museen die Situation und die Maßnahmen auch ernst nehmen und im Bedarfsfall durchsetzen. Eine umfassende Kontrolle der strikten Einhaltung der Maßnahmen durch alle, entsprechend vorhandenes (und geschultes), freundliches, aber bestimmtes Personal und regelmäßige Hinweise auf die Regeln in der Ausstellung werden, ebenso wie gesicherter Abstand und begrenzte Besucherzahlen, von den Teilnehmenden gefordert. Dabei können

neben Informationen über die Belüftung zusätzliche auch Informationen über die aktuelle Auslastung des Hauses zu einem als sicher und angenehm erlebten Aufenthalt beitragen (z.B. durch ein Ampelsystem bei Onlinebuchungen). Als größtes Risiko werden von Besucher*innen andere Besucher*innen empfunden. Auch internationale Studien belegen, dass man sich insbesondere darum sorgt, dass sich nicht alle (Besucher*innen, Kulturnutzer*innen) an die vorgeschriebenen Maßnahmen halten (z.B. ALVA Juni 2020; Morris Hargreaves McIntyre 2021) bzw. die Einrichtungen nicht in der Lage sind, Abstand zu ermöglichen und zu kontrollieren (ALVA Juli 2020).

Was die Befunde auch offenlegen, ist, dass – solange die Pandemie vorherrscht – es Personen geben wird, die einen (analogen) Besuch kategorisch ausschließen. Unsicherheit, Risikowahrnehmung und geringes Vertrauen in (einige) der umgesetzten Sicherheits- und Hygienemaßnahmen lassen den Museumsbesuch für diejenigen Teilnehmenden, die angaben, keinen Besuch anzustreben, als bedrohliche Gesundheitssituation erscheinen, mit der logischen Konsequenz, sich entsprechend zu verhalten (kein Besuch). Digitale Angebote können daher sinnvolle Ergänzungen sein, um die Bindung bzw. den Kontakt zu erhalten. Denn, bezüglich des mit der Pandemie verbundenen, Rückgangs der Nachfrage nach (kulturellen) Aktivitäten außer Haus können auch Sicherheits- und Hygienemaßnahme nur bedingt etwas entgegensetzen. Ähnliches zeigt auch eine Studie aus Großbritannien. Hier gaben beispielsweise einer von fünf Befragten zum Kulturnutzungsverhalten an, „Visitor Attractions“ nicht besuchen zu wollen, solange die Pandemie vorherrscht (vgl. BVA BDRC & Alligator 2020). Und auch wenn es einen Impfstoff geben wird, werden einige erst noch abwarten, bevor sie wieder außer Haus gehen würden (vgl. Covid-Audience Outlook Monitor 2020). Es kann daher angenommen werden, dass einige der früheren Besuchersegmente erst über einen längeren Zeitraum (ggf. von bis zu zwei Jahren) und mit dem notwendigen Maß an Risikoreduzierung wieder zu einem Museumsbesuch bereit sind.

“It will take time for everyone to feel comfortable returning to all cultural activities but there are already people ready to experience what you have to offer, and the rest will follow along as restrictions ease and the vaccine is distributed.” (Morris Hargreaves McIntyre 2021)

Eine Studie aus Großbritannien belegt bereits, dass sich das Besuchsverhalten verändert wird bzw. verändert hat (vgl. The Audience Agency 2020). Diejenigen, die vor der Pandemie ggf. regelmäßig an kulturellen Veranstaltungen teilgenommen haben, werden dies zukünftig unter Umständen seltener tun, wenn sie dies tun. Für diejenigen, die wieder am kulturellen Leben teilhaben möchten, sind dann eine klare Erstattungspolitik, Informationen zu den Sicherheits- und Hygienemaßnahmen vor einer Veranstaltung, die Möglichkeiten genügend Abstand zu anderen zu wahren sowie geregelte Einlässe, damit es nicht zu voll wird (ebd.:21), ein Bedarf, der zukünftig gedeckt werden muss. Museen (und andere Kultureinrichtungen) werden sich in naher Zukunft (postpandemisch) auch der Herausforderung gegenüberstehen, nicht nur das Interesse von neuen, sondern auch bekannten Personen-/Zielgruppen (wieder) wecken zu müssen.

“A majority of museums consider that the biggest challenge in the coming two years will be bringing back visitors to their premises. Museums also consider gaining financial stability and keeping up with the new online demands and services as some of their main concerns.” (NEMO 2021:6)

Es wird nicht mehr werden wie vor 2020. Hohe Besucher*innenzahlen und Gedränge werden vermutlich nicht mehr akzeptiert werden (was auch bedeuten kann, dass Museen pro Tag dauerhaft weniger

einnehmen werden). Auch wenn Museen sich sehr schnell und proaktiv auf die Pandemie reagiert haben (Umsetzung von Sicherheits- und Hygienemaßnahmen, Zunahme digitaler Angebote), so müssen sie dennoch weiterhin auf neue Bedürfnisse ihrer (zukünftigen) Besucher*innen reagieren, sich anpassen und aus der Situation lernen, um neues und altes Publikum wieder für sich gewinnen zu können. Publikums-/Besucherforschung kann ihnen dabei helfen, herauszufinden, wer ihre neuen und alten digitalen sowie analogen Besucher*innen und Nutzer*innen sind, welche Erwartungen und Interessen sie haben und in welchen Bereichen sie sich ähneln oder unterscheiden (Lister 2021). Aktuell ist das Vertrauen in (kulturellen) Veranstaltungen in Innenräumen gesunken (vgl. ALVA Juni 2020). Aus diesem Grund ist und bleibt in Zukunft insbesondere die Umsetzung und Kontrolle (Einhaltung) aber auch Kommunikation von Sicherheits- und Hygienemaßnahmen überaus bedeutsam (ALVA Juni 2020) sowie die Schaffung von alternativen (z.B. digitalen oder Freiluft-) Angeboten.

Verwendete Literatur

- ALVA (Attractions Recovery Tracker, UK, Welle 4, Juli 2020):** <https://decisionhouse.co.uk/case-studies/alva-attractions-recovery-tracker/> (letzter Zugriff am 16.02.2021).
- ALVA (Attractions Recovery Tracker, UK, Welle 3, Juni 2020):** <https://decisionhouse.co.uk/case-studies/alva-attractions-recovery-tracker/> (letzter Zugriff am 02.02.2021).
- BVA BDRC / Alligator (April 2020):** Tracking consumer sentiment on the impact of COVID-19. Summary Report: Visitor Attractions. <http://www.bva-bdrc.com/wp-content/uploads/2020/05/BVA-BDRC-Covid-19-Week-7-Report.pdf> (letzter Zugriff am 02.02.2021).
- COVID-19 Audience Outlook Monitor. Australia Snapshot Report (May 2020):** <https://www.australiacouncil.gov.au/workspace/uploads/files/snapshot+report+-+audience+out-5ec33c6cafd77.pdf> (letzter Zugriff am 02.02.2021).
- Covid-Audience Outlook Monitor (Oktober 2020):** <https://www.audienceoutlookmonitor.com/> (letzter Zugriff am 02.02.2021)
- Falk, John H. / Dierking, Lynn D. (2013):** The museum experience revisited. Walnut Creek, Calif.: Left Coast Press.
- Lister, Christina (Januar 2021):** How 2020 impacted cultural marketing: <https://www.christinalister.co.uk/resources/how-2020-impacted-cultural-marketing> (letzter Zugriff am 16.02.2021).
- Morris Hargreaves McIntyre (Hrsg.) (Februar 2021):** What we learned from the Washington DC Audience Atlas: Covid Safety: <https://mhminsight.com/articles/what-we-learned-from-the-washington-dc-audience-atlas-covid-safety-11328> (letzter Zugriff am 16.02.2021).
- NEMO (Januar 2021):** Follow-up survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe: https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf (letzter Zugriff am 02.02.2021).
- Phelan, Siëlle/Bauer, Johannes/Lewalter, Doris (2018):** Visit motivations: development of a short scale for comparison across sites. In: Museum Management and Curatorship 33(1), 25-41. doi:10.1080/09647775.2017.1389617.
- Schönert, Volker (2020):** Report - MFN Besucherprofilbefragung - COVID-19 (Sommer/Herbst 2020). Interner Bericht. Berlin: MfN.
- Scotinform Cultural Survey (Mai-Juni 2020) (aus den News der Museum Association):** <https://www.museumassociation.org/museums-journal/news/2020/06/half-of-scottish-visitors-concerned-about-returning-to-museums-post-lockdown/#> (letzter Zugriff am 02.10.2020)).
- Specht, Inga (2020):** Die Wiedereröffnung der Museen aus der Perspektive von (potenziellen) Besucherinnen und Besuchern: ein aktuelles Schlaglicht (texte.online, Online-Erstveröffentlichung). Bonn: Deutsches Institut für Erwachsenenbildung: <http://www.die-bonn.de/id/37425> (letzter Zugriff am 02.02.2021).
- Statistisches Bundesamt (2020):** Bildungsstand: Verteilung der Bevölkerung in Deutschland nach höchstem Schulabschluss, Altersgruppe ab 15 Jahren: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1988/umfrage/bildungsabschluesse-indeutschland/> (letzter Zugriff am 03.09.2020).
- The Audience Agency (Dezember 2020):** COVID-19 Cultural Participation Monitor. Summary Report: <https://www.theaudienceagency.org/asset/2434>. (letzter Zugriff am 02.02.2021).
- The Audience Agency (November 2020):** Digital Audience Survey (Report): <https://www.theaudienceagency.org/asset/2547> (letzter Zugriff am 03.02.2021).

Empfohlene Literatur

Hertwig, Ralph/Liebig, Stefan/Lindenberger, Ulman/Wagner, Gert C. (2020): Wie gefährlich ist COVID-19? Die subjektive Risikoeinschätzung einer lebensbedrohlichen COVID-19-Erkrankung im Frühjahr und Frühsommer 2020 in Deutschland (SOEPPapers – on Multidisciplinary Panel Data Research, SOEP. 1059):

https://www.diw.de/de/diw_01.c.795737.de/publikationen/soeppapers/2020_1095/wie_gefaehrlich_ist_covid-19_die_subjektive_risikoeinschaet_ -erkrankung_im_fruehjahr_und_fruehsommer_2020_in_deutschland.html (letzter Zugriff am 16.02.2021).

ICOM (November 2020): Museums, museum professionals and COVID-19: follow-up survey: https://icom-deutschland.de/images/COVID-19/FINAL-EN_Follow-up-survey.pdf (letzter Zugriff am 16.02.2021).

Lister, Christina (Januar 2021): How 2020 impacted cultural marketing: <https://www.christinalister.co.uk/resources/how-2020-impacted-cultural-marketing> (letzter Zugriff am 16.02.2021).

NEMO (Januar 2021): Follow-up survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe: https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf (letzter Zugriff am 16.02.2021).

UNESCO (2020): Museums around the world - In the face of Covid-19: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530?fbclid=IwAR0JGX8DmJZUMIWPk7mMF8FDx4_x8FDJIYEOy0YO6jH63mBTjtQhhP_yN1w (letzter Zugriff am 16.02.2021).

Anmerkungen

Der Beitrag »Öffnung von Museen nach dem ersten Lockdown im Sommer 2020 – Ein Einblick in Perspektiven des (potenziellen) Publikums« von Inga Specht und Volker Schönert basiert auf einer zuvor veröffentlichten Online-Publikation, die am 12. November 2020 beim DIE erschienen ist: **Specht, I. (2020): Die Wiedereröffnung der Museen aus der Perspektive von (potenziellen) Besucherinnen und Besuchern: ein aktuelles Schlaglicht.** Bonn: Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (texte.online, Online-Erstveröffentlichung, with an English summary). Siehe auch: https://www.die-bonn.de/docs/DIE-BRIEF_Nr-7.pdf.

Zitieren

Gerne dürfen Sie aus diesem Artikel zitieren. Folgende Angaben sind zusammenhängend mit dem Zitat zu nennen:

Inga Specht , Volker Schönert (2021): Öffnung von Museen nach dem ersten Lockdown im Sommer 2020 – Ein Einblick in Perspektiven des (potenziellen) Publikums . In: KULTURELLE BILDUNG ONLINE:

<https://www.kubi-online.de/artikel/oeffnung-museen-nach-dem-ersten-lockdown-sommer-2020-einblick-perspektiven-des-potenziellen> (letzter Zugriff am 16.07.2024)

Veröffentlichen

Dieser Text – also ausgenommen sind Bilder und Grafiken – wird (sofern nicht anders gekennzeichnet) unter Creative Commons Lizenz cc-by-nc-nd (Namensnennung, nicht-kommerziell, keine Bearbeitung) veröffentlicht. CC-Lizenzvertrag:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de/legalcode>