

Vielfältige, gut besuchte Schweizer Museumslandschaft

Anstrengungen für den Einbezug breiter Bevölkerungsteile nötig

Von Kilian T. Elsasser*

Am Samstag finden im Rahmen des Internationalen Museumstages auch in der Schweiz Veranstaltungen statt, die einem breiten Publikum Einblicke in die Museumswelt vermitteln sollen. Daran beteiligen sich über 140 Museen. Im folgenden Beitrag setzt sich der Autor aufgrund einer Nationalfondsstudie mit Fragen von Museumsbesuchen auseinander.

Die vom Verband Museen der Schweiz erhobene Statistik zählte 2006 über 15 Millionen Besucher in den 1000 Museen der Schweiz. Die Schweiz ist weltweit mit an der Spitze bei der Museumsdichte und den Besucherzahlen pro Kopf der Bevölkerung. Die Schweizer und Schweizerinnen verstehen ihr Land mehr und mehr als Industrie-, Dienstleistungs- und Kulturlandschaft. Städte, Regionen und die ganze Schweiz ziehen ihre Museen in das Standortmarketing ein. Schweiz Tourismus bewirbt nicht mehr nur die landschaftlichen Trümpfe, sondern auch die in den Museen präsentierten Kulturleistungen. Eine wichtige Rolle in der Förderung von Museumsbesuchen spielt die Stiftung Schweizer Museumspass, die in Zusammenarbeit mit der Raiffeisenbank einen für die meisten Museen der Schweiz gültigen Passepartout anbietet. Im Gegensatz zu den umliegenden Ländern besteht in der Schweiz kein Zentrum, das einen beträchtlichen Teil der Museumsbesuche absorbiert. In Österreich finden über 40 Prozent der Museumsbesuche in Wien statt.

Tendenz zur Zersplitterung

In der Schweiz verteilen sich die Besucher auf eine grosse Anzahl Häuser und viele kleine regionale Institutionen. Die Tendenz zur Zersplitterung macht sich bei den lokalen Museen, aber auch bei grösseren Museen wie beispielsweise bei den archäologischen Institutionen bemerkbar. Obwohl die Kelten und die «Pfahlbauer» keine Kantonsgrenzen kannten, leistet sich fast jeder Kanton ein eigenes archäologisches Museum. Dabei könnte die Schweiz, die sich um eine Kandidatur der Seeufersiedlungen als Weltkulturerbe bemüht, mit ihren Funden ohne Probleme an einem Ort ein archäologisches Museum von internationaler Bedeutung realisieren.

In der 2006 veröffentlichten Nationalfondsstudie «Publikum und Museen in der Schweiz – Emblematische Vorstellungen und soziales Ritual» von Arlette Mottaz Baran wurde in vorbildlicher Weise nicht nur eine repräsentative Studie über die Anzahl Besuche in schweizerischen Museen veröffentlicht, sondern in aufwendiger Arbeit auch das jeweilige soziodemografische Profil der Besucher und Besucherinnen sowie die Beweggründe für den Museumsbesuch untersucht. Die Studie umfasste 96 repräsentative Museen, die unter Berücksichtigung ihrer jeweiligen Kategorie auch aus allen Sprachregionen stammen. In die Untersuchung einbezogen wurden kleine lokale Museen bis zum Museum mit internationaler Ausstrahlung. Im Rahmen der Studie wurden die beteiligten Museumsleitungen direkt befragt. 80 Museumsverantwortliche und über 2000 Besucher

füllten die abgegebenen Fragebogen aus.

Hohes Bildungsniveau der Besucher

Im Hinblick auf die Merkmale Alter und Geschlecht ergibt das Besucherprofil ein repräsentatives Bild der Schweizer Bevölkerung. Das Durchschnittsalter liegt bei 49 Jahren. Beim Bildungsniveau sind akademische und mittlere Bildungsstufen stark überrepräsentiert. Gegen 80 Prozent der Besucher und Besucherinnen (ohne ausländische Besucher gegen 70 Prozent) haben eine Matura, einen Fachhochschul- oder einen Universitätsabschluss, obwohl im Schnitt nur 24 Prozent der Schweizer Bevölkerung eine solche Ausbildung ausweisen. Der Anteil der Besucher mit mittlerer oder höherer Ausbildung variiert nach Museum. Beim Kunstmuseum wächst dieser auf gegen 90 Prozent.

Das hohe Bildungsniveau der Besucher von Kunstmuseen erstaunt wenig. Die Freude und Auseinandersetzung mit dem klassischen, aber vor allem dem modernen Kunstgeschehen setzt eine gute Bildung und einen sicheren Umgang mit abstrakt-theoretischen Diskussionen voraus. Nur ein wenig tiefer ist dieser Anteil bei den anderen Museen, und dies trotz populären Institutionen wie dem Ballenberg in Brienz, dem Verkehrshaus, dem Gletschergarten in Luzern und dem Technorama in Winterthur. Der hohe Anteil von Besuchern mit überdurchschnittlicher Ausbildung ist erstaunlich, obwohl heute fast jedes Museum Programme für Schulen und Kinder anbietet.

Die in den 1968er Jahren postulierte Demokratisierung des Museumsbesuchs hat nicht stattgefunden. Bei einer Neuorientierung oder Gründung eines neuen historischen, naturwissenschaftlichen oder technischen Museums ist einzu- beziehen, dass das Besuchersegment mit mindestens einer Matura schon stark ausgeschöpft ist. Im mittleren Segment zwischen akademischer Ausbildung und Berufslehre könnten neue Kunden für regelmässige Ausstellungsbesuche begeistert werden. Dabei ist wichtig, dass Museumsprogramme verstärkt als Kommunikationsprozess verstanden werden, in den das Vorwissen, die Interessen und Bedürfnisse der Besucher einbezogen werden, damit der Wunsch nach einem Museumsbesuch geweckt wird und die zu vermittelnden Botschaften ankommen.

Museumsbesuch als geselliger Anlass

Bei der Frage nach den Beweggründen für einen Museumsbesuch bietet die Untersuchung interessante Erkenntnisse. Der Museumsbesuch ist ein geselliger Anlass. Drei Viertel der Leute besuchen Museen in Kleingruppen, das heisst mit Partner oder Ehegattin, mit der Familie oder mit Freunden. Die meisten der befragten Besucher sind regelmässige Museumsgänger. Jeder zweite Befragte besucht im Schnitt einmal im Monat ein Museum. Personen, die am regelmässigsten Konzerte, Theater, Opern und Vorträge, Kunstdenkmäler und Naturparks besuchen, sind auch am häufigsten in den Museen anzutreffen. Je höher das Bildungsniveau, desto grösser die Korrelation. Personen, die Museen unregelmässig besuchen, gehen häufig an Sportanlässe und in Vergnügungsparks. Mehr als die Hälfte der Personen

besuchen Museen aus Interesse für ein Thema, weitere Aspekte sind der Wunsch nach Bildung, Neues zu entdecken, Interesse am Fach und zum Vergnügen. Die Autorin der Studie kommt zum Schluss, dass aus der vielfältigen und teilweise gleichzeitigen Nennung der obengenannten Begriffe sich schliessen lässt, dass die Besucher Begriffe wie Vergnügen, Entspannung und den Wunsch nach Bildung nicht voneinander trennen.

Weniger signifikant ist der dritte Teil der Studie, in dem die Besucher zur Zufriedenheit befragt wurden. Die Besucher wurden zu Aspekten der allgemeinen Zufriedenheit, zum Inhalt, zur Gestaltung, zum Raum, zur Atmosphäre und zum Personal befragt. Wie nicht anders zu erwarten war, erhielten die Interviewer durchwegs positive Rückmeldungen. Schon die Regelmässigkeit der Besuche der meisten Befragten drückt eine gewisse Zufriedenheit aus. Für die Museumsverantwortlichen sind die Aussagen insofern wichtig, als die Zufriedenheit ausdrückt, dass die mit der Werbung gemachten Versprechen mit dem angetroffenen Resultat korrelieren. Für eine weitere Entwicklung der Museen wäre aber aussagekräftiger, eine repräsentative Gruppe von Nichtbesuchern zu befragen, wie sie das Gesehene und Erlebte einschätzt. Die Erkenntnisse könnten einen Beitrag leisten, die ausgeprägt akademische Ausrichtung der Museumsprogramme aufzubrechen und damit breitere Teile der Bevölkerung in die faszinierende Welt der Museen einzubeziehen.

Arlette Mottaz Baran: Publikum und Museen in der Schweiz – Emblematische Vorstellungen und soziales Ritual. Bern, 2006.

www.museumstag.ch

* Der Autor ist Historiker und Museologe.