



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

24-301.24 Methoden der empirischen Sozialforschung – Grundkurs
Olga Herzog
Sommersemester 2016

Summary

Von edlen Rittern, Hummeln die nicht fliegen können und warum der Nagekäfer zweimal klopft

**Forschungsarbeit zur Steigerung der Attraktivität des Zoologischen
Museums durch Sonderveranstaltungen**

Felix Böttjer
Eva Gemmer
Monika Naujoks
Stefanie Wallbraun
Robert Weist

Abgabedatum: 25.09.2016

Die vorgelegte Studie untersucht im Auftrag des Zoologischen Museums Hamburg die Steigerung der Attraktivität des Museums durch Sonderveranstaltungen auf bereits bestehende sowie auf neue Besuchergruppen. Die Forschung soll dazu beitragen, dass das Angebot des Museums zunächst optimiert und auf die Bedürfnisse der Besucher angepasst werden kann, um so weiterhin als ein Fenster zur Forschung zu dienen.

Um die Besucherzahlen des Museums zu optimieren, ist es von besonderem Interesse herauszufinden, welche einzelnen Faktoren es sind, die das Museum für den Besucher attraktiv macht und wo Verbesserungsbedarf besteht. Orientierung bietet diesbezüglich die Leitfrage „Welchen Einfluss haben Sonderausstellungen und Veranstaltungen (Führungen, Lesungen, Vorträge) auf die Attraktivität des Zoologischen Museums?“. Die Forschung soll u. a. Aufschluss darüber geben, ob sich Veranstaltungen der bisherigen Art auszahlen und die begrenzten Mittel des Museums somit sinnvoll eingesetzt werden. Des Weiteren sollen die Ergebnisse darlegen, ob es spezifische Interessen gibt, auf die das Museum besser eingehen sollte, um auf diesem Weg weitere Besucher-/Zielgruppen zu akquirieren.

Aus unserer veränderten Fragestellung und dem primär auf der Studie von Hitzler (2011) beruhenden theoretischen Rahmen lässt sich folgende Haupthypothese H1 entwickeln:

Sonderveranstaltungen im Zoologischen Museum erhöhen die Attraktivität des Museums für die Besucher.

Es empfiehlt sich die Gegenüberstellung von zwei Unterhypothesen, die im Laufe unseres Forschungsprojekts überprüft werden sollen. Hinter der ersten Unterhypothese H2, die auf der Studie Ronald Hitzlers (2011) beruht, steht die Annahme, dass Sonderveranstaltungen für das Zoologische Museum geeignete Mittel sind, um neue Besuchergruppen anzuziehen und diese beispielsweise zum Besuch des regulären Museums und zur Weiterempfehlung des Museums an andere Personen zu motivieren. Die erste Unterhypothese H2 lautet daher wie folgt:

Sonderveranstaltungen erhöhen die Attraktivität des Museums für neue Besucher/-gruppen.

Durch die Erweiterung der Besuchergruppen könnte das Museum größere Bekanntheit, eine höhere öffentliche Resonanz und damit einhergehend gesteigerte Aufmerksamkeit für sich und aktuelle Anliegen und Interessen gewinnen. Weiterhin entwickelten wir eine Unterhypothese auf Basis von Bröckers (2007). Hierzu entwickelten wir die zweite Unterhypothese H3:

Sonderveranstaltungen erhöhen die Attraktivität des Museums überwiegend für Personengruppen, die das Museum bereits besucht haben.

Sonderveranstaltungen hätten demnach lediglich die Festigung existierender „Kundenbindungen“ von bereits aktiven Besuchern an das Museum zur Folge, erkennbar unter anderem in einer erhöhten Besuchsfrequenz und/oder einer positiven Bewertung des Museums und seiner Veranstaltungen. Sonderveranstaltungen führen nach dieser Hypothese nicht zur Akquirierung nennenswerter neuer Personengruppen für das Zoologische Museum.

Die Sampling Strategie bestand aus einer Klumpen Stichprobe für den normalen Museumsbesuch und aus einer Vollerhebung für die zwei Sonderveranstaltungen. Für die Datenerhebung wurde ein standardisierter Fragebogen konzipiert, der von 148 Besuchern ausgefüllt wurde.

Die Besucher wurden sowohl im Rahmen der zwei Sonderveranstaltungen am 12.05.2016 und am 24.05.2016, als auch an vier weiteren Tagen im regulären Museumsbetrieb befragt: Dienstag 14.06.2016 von 10:00 bis 12:00 Uhr, Donnerstag 16.06.2016 von 10:00 bis 11:30 Uhr, Samstag 18.06.2016 von 12:30 bis 15:00 Uhr, und Sonntag 19.06.2016 von 12:45 bis 16:45 Uhr.

Abschließend soll an diesem Punkt noch einmal festgehalten werden, dass die Befragung der Museums- wie Veranstaltungsbesucher die Relevanz sowie das Potential des Museums noch einmal unterstrichen haben. Die Ergebnisse dieser Forschung bezüglich des Effektes von Sonderveranstaltungen können Anregung zu weiteren innovativen Maßnahmen geben.

In drei offenen Fragen am Ende des Fragebogens konnten Besucher Ideen, Wünsche, Anregungen sowie Verbesserungsvorschläge anbringen. Dieser Teil ist für die Forschungsarbeit selbst von geringer Relevanz, jedoch umso interessanter für das Museum und dessen Mitarbeiter. Aus diesem Grund wurde dem Summary und der Forschungsarbeit zusätzlich ein Dokument hinzugefügt, in dem die Auswertung dieser Fragen zusammengefasst ist.

Nun bleibt abzuwarten, was das Zoologische Museum aus diesen Ergebnissen ziehen und in Teilen auch umsetzen kann. Die Unterstützung der Besucher ist dem Museum, das zeigt diese Forschung deutlich, dabei sicher.