



# Sinkende Nachfrage als Determinante zukünftiger Museumskrisen?

*Der Einfluss von Alter und Bildung auf den Museumsbesuch und kulturelle Interessen*

Beitrag von Karl-Heinz Reuband, *Institut für Sozialwissenschaften, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf*

PROF. DR. KARL-  
HEINZ REUBAND

Studium der Soziologie,  
Psychologie und Sozialpädagogik an den Universitäten Hamburg und Köln,  
1993- 1997 Professor für Soziologie an der TU Dresden,  
seit 1997 Professor für Soziologie an der Heinrich-Heine Universität Düsseldorf.  
1998 Visiting Scholar am Center for European Studies der Harvard University.  
Forschung und Publikationen zu sozialem und kulturellem Wandel, Kulturosoziologie, soziale Probleme, Methoden der Sozialforschung.

## 1. Einleitung

Deutschland, so scheint es, erfreut sich eines Museumsbooms. In den letzten 20 Jahren hat sich die Zahl der Museen, die vom *Institut für Museumsforschung* erfasst wurden, ganz erheblich vervielfacht. Immer mehr Museen, kleinere und größere, private und öffentliche, sind im Lauf der Zeit hinzugekommen und bieten ein breites Spektrum von Dauer- und Sonderausstellungen zu wechselnden Themen an.<sup>(1)</sup> Gleichzeitig ist die Zahl der Museumsbesuche gestiegen, zwar nicht immer gradlinig und durch Schwankungen unterbrochen, und auch nicht proportional zum Anstieg der Museumszahl. Aber alles in allem geben die Zahlen doch eher einen Grund zum Optimismus als Pessimismus: So wurden 1990 rund 97 Millionen Besuche gezählt und 2008 rund 105 Millionen. Bei den Kunstmuseen (als Untergruppe der Museen) waren es 1990 rund 17 Millionen Besuche, 2008 fast 20 Millionen (*Institut für Museumsforschung* 2004: 61, 68; 2008: 11). Mag auch bezogen auf die Zahl der meldenden Museen die relative Zahl der Besuche leicht gesunken sein,<sup>(2)</sup> - von einem Abwärtstrend in der Nachfrage, gemessen an der absoluten Zahl der Besuche, kann nicht die Rede sein.

Aber gilt, was heutzutage zutrifft, auch noch in der Zukunft? Dass das alte Bildungsbürgertum wegstirbt, bei dem die Kultur einen hohen Stellenwert genießt, ist allorts zu hören. Doch ob es sich überhaupt um einen zahlenmäßig nennenswerten Kreis handelt, der die Nutzung von Kultureinrichtungen bestimmt, oder um eine bloße Schimäre, die sich für Klagen konservativer Kulturkritik gut eignet, ist nicht sicher. Weitaus bedeutsamer ist die altersmäßige Zusammensetzung der Nutzer von Kultureinrichtungen. So ist aus der Analyse des Besuchs von Opernhäusern und klassischer Konzerten bekannt, dass sich deren Besucher in überproportionalen Maße auf die älteren Menschen konzentrieren und dieses Muster eine Folge generationsspezifischer Prägungen ist: die Älteren zählen am ehesten zu denen, die in ihrem Musikgeschmack eine Vorliebe für klassische Musik aufweisen, in den jüngeren Generationen ist dies seltener der Fall. Sterben die Alten weg, wird es



**... Sinkende Nachfrage als Determinante zukünftiger Museumskrisen?**

längerfristig gesehen keinen Nachwuchs mehr geben, der sich für Opern oder Konzertbesuch interessiert (Reuband 2009).

Aus dieser Sicht stellt sich auch für die Museumsnutzung die Frage, wie es sich mit der Alterszusammensetzung der Besucher verhält. Handelt es sich um einen repräsentativen Alters-Querschnitt der Bevölkerung? Oder sind es auch hier die Älteren, die sich dieser Kultureinrichtung überproportional zuwenden? Wir wollen dieser Frage am Beispiel der Stadt Düsseldorf nachgehen, in der wir in den Jahren 2004-2007 sowohl eine groß angelegte Besucherbefragung in den bedeutendsten Kunstmuseen durchgeführt haben, als auch repräsentative Bevölkerungsumfragen, in denen Fragen zur Häufigkeit des Museumsbesuchs und zum Kunstinteresse der Befragten gestellt wurden.

In beiden Untersuchungen wurden in systematischer Weise, nach einem wissenschaftlichen Zufallsverfahren, Personen für die Befragung ausgewählt. Die Museumsbesucherumfrage umfasst nahezu 1.000 Befragte, die Bevölkerungsumfragen zwischen 700 und 1.000 Befragte.<sup>(3)</sup> Ein gewichtiger Vorteil von Bevölkerungsumfragen gegenüber Besucherbefragungen liegt darin, dass wir auch über die seltenen Besucher und die Nicht-Besucher Aussagen treffen können. Und, was wohl das Wichtigste ist: wir können im Rahmen vertiefender Analysen klären, welche Faktoren einzeln und in Kombination miteinander Einfluss auf den Museumsbesuch nehmen.

**2. Altersstruktur der Museumsbesucher: Stellen Museumsbesucher einen Querschnitt der Bevölkerung dar?**

Wie sich auf der Basis unserer Befragungen die Alterszusammensetzung der Museumsbesucher darstellt – die auch in Düsseldorf ihren Wohnsitz haben – ist in Tabelle 1 wiedergegeben. In ihr ist einerseits die Zusammensetzung der Befragten unserer Besucheruntersuchung aufgeführt (hier beschränkt auf Personen mit Wohnsitz in Düsseldorf), andererseits die der Befragten unserer Bevölkerungsumfrage, die den eigenen Angaben zufolge gewöhnlich mindestens einmal im Jahr in Düsseldorf in ein Museum für Kunst/Malerei gehen. Insgesamt sind beide Altersverteilungen stark angenähert, von nennenswerten Differenzen kann nicht die Rede sein. Was zugleich bedeutet, dass sich mit den beiden methodisch unterschiedlichen Vorgehensweisen relativ gut die Zusammensetzung der Besucher ermitteln lässt. Wie man der Übersicht entnehmen kann, ist die Mehrheit der Besucher zwischen 30 und 59 Jahre alt. Die über 60jährigen, die in anderen Einrichtungen der Hochkultur, wie Opernhaus oder klassischem Konzert, einen Großteil der Besucher darstellen, sind hier nur mit einem Anteil von 28-29 % vertreten.



## ... Sinkende Nachfrage als Determinante zukünftiger Museumskrisen?

Tabelle 1: Alterszusammensetzung der Düsseldorfer Besucher von Kunstmuseen und der Bevölkerung (in %)

	Besucher- umfrage*	Bevölkerungsumfrage		Amtl. Statistik
		Besucher**	Bevölkerung	
18-29	17	12	15	17
30-44	28	32	27	28
45-59	26	27	26	24
60+	28	29	32	31
	100	100	100	100
(N=)	(372)	(289)	(701)	

\*Museumsbesucherumfrage; Einbezogen wurden die Museen: K20, K21, KunstPalast, NRW Forum, Kunsthalle; hier nur Personen mit Wohnsitz in Düsseldorf in die Tabelle einbezogen (gewichtet nach der museumsbezogenen Besuchsstatistik 2006)

\*\*Mindestens einmal im Jahr Besuch von Kunstmuseen in Düsseldorf;  
Basis: Bevölkerung 18 Jahre und älter, Erhebung im Jahr 2007,  
Frageformulierung siehe Tabelle 2

*Basis:* Bevölkerung mit deutscher Staatsangehörigkeit (Besucherumfrage  
einschl. andere Staatsangehörigkeit, Anteil vernachlässigbar) mit Wohnsitz  
in Düsseldorf

Doch selbst wenn die Älteren nur einen kleinen Anteil stellen: ob dies eine bevölkerungstypische Repräsentation bedeutet oder nicht, erschließt sich erst, wenn die Altersstruktur der Bevölkerung zu Rate gezogen wird. Angaben zur Bevölkerung sind in der Tabelle in zweifacher Weise aufgeführt: auf der Basis unserer Bevölkerungsbefragung sowie auf der Basis der amtlichen Statistik. Auch hier überwiegen zwischen beiden Statistiken die Gemeinsamkeiten. Was zugleich bedeutet: unsere Bevölkerungsumfrage reproduziert ziemlich gut auch die Altersverteilung der Bevölkerung. Sie eignet sich daher gut für weiterführende und vertiefende Aussagen. Vergleicht man nun die Museumsbesucher mit der Bevölkerung, kann man erkennen, dass die Besucher altersmäßig durchaus einen Querschnitt der Bevölkerung repräsentieren. Die Altersstrukturen sind de facto identisch. Von einer Überrepräsentation der Älteren kann nicht die Rede sein. So stellen die über 60-Jährigen unter den Museumsbesuchern einen Anteil von 28-29 %, in der Bevölkerung von 31 %.(4)



... Sinkende Nachfrage als Determinante zukünftiger Museumskrisen?

### **3. Alter und Bildung als Determinanten des Museumsbesuchs**

Es gibt auf den ersten Blick keinerlei Hinweise dafür, dass es die Älteren sind, die überproportional zum Museumsbesuch beitragen. Die Museen vermögen jüngere und Ältere gleichermaßen anzusprechen. Doch die Realität ist komplizierter. So ist aus Untersuchungen bekannt, dass Museumsbesuch – ähnlich wie der Besuch von Kultureinrichtungen insgesamt – in starkem Maße eine Funktion von Bildung ist: Je höher die Bildung, desto eher werden Museen besucht. Entsprechend zeichnen sich Museumsbesucher durch ein überproportional hohes Bildungsniveau aus. Dies gilt ebenfalls für unsere Befragungen. So gaben in unserer Museumsbesucherbefragung 21 % der Befragten an, über Abitur zu verfügen, weitere 50% hatten sogar eine Fachhochschule oder Universität besucht. Damit liegt der Anteil derer mit höherer Bildung nahezu bei vier Fünftel. Und dies bedeutet gegenüber der Gesamtbevölkerung Düsseldorfs, wo der Anteil der Bürger mit Abitur nicht höher liegt als bei rund 30%, eine ganz erhebliche Verzerrung zugunsten der Bildungselite.

Nun ist aber Bildung nicht gleichmäßig über die verschiedenen Altersgruppen hinweg verteilt: jüngere Menschen verfügen generationsbedingt über eine höhere Bildung als ältere Menschen. Der Grund liegt in der Bildungsexpansion, die sich in den letzten Jahrzehnten vollzogen und dazu geführt hat, dass sich die nachwachsenden Generationen jeweils durch eine bessere Bildung als die Vorgängergenerationen auszeichnen. Und damit stellt sich die Frage nach der Bedeutung des Alters für den Museumsbesuch neu: ist die Alterszusammensetzung der Museumsbesucher womöglich nur deswegen ausgewogen, weil unter den Jüngeren die besser Gebildeten überproportional vertreten sind und weil Bildung mit Museumsbesuch eng korreliert? Mit anderen Worten: wird der Alterseffekt durch den Bildungseffekt so sehr überlagert, dass er gar nicht sichtbar wird?

Man kann dieser Frage nachgehen, indem man den Zusammenhang zwischen Häufigkeit des Museumsbesuchs und Alter unter Berücksichtigung des Bildungsniveaus prüft. Die Bevölkerungsumfrage stellt für derartige Fragestellungen und Analysemöglichkeiten die am besten geeignete Ausgangsbasis dar. Die Ergebnisse sind in Tabelle 2 zusammengestellt. Dabei wird deutlich: das einstige Bild altersmäßiger Ausgewogenheit der Museumsbesucher wird nunmehr ganz erheblich relativiert. Es zeigt sich nämlich, dass sowohl bei den weniger als auch den besser Gebildeten die Häufigkeit des Museumsbesuchs mit steigendem Alter zunimmt! Unter den 18-29jährigen mit Volks-, Haupt- oder Realschulbildung geben z.B. nur 8 % an, ein- oder mehrmals im Jahr in ein Kunstmuseum in Düsseldorf zu gehen, unter den über 60jährigen sind es 30 %. Unter den besser Gebildeten liegt der Anteil der Museumsbesucher zwar erwartungsgemäß höher als bei den schlechter Gebildeten. Aber auch für sie trifft zu, dass steigendes Alter mit häufigerem Museumsbesuch einhergeht. Das aber heißt: es gibt sehr wohl einen Alterseffekt auf den Museumsbesuch. Und dieser Alterseffekte begünstigt den Museumsbesuch unter den Älteren. Würde die Bildungsexpansion zum Stillstand kommen und

**... Sinkende Nachfrage als Determinante zukünftiger Museumskrisen?**

sich die nachwachsenden Generationen nicht mehr im Bildungsniveau unterscheiden, würde der Alterseffekt voll zum Tragen kommen und die Häufigkeit des Museumsbesuchs bestimmen.

Tabelle 2: Häufigkeit des jährlichen Besuchs von Kunstmuseen in Düsseldorf nach Alter und Bildung (in %)

	Volks-, Hauptschule, Realschule				FHS-Reife, Abitur			
	18-29	30-44	45-59	60+	18-29	30-44	45-59	60+
Mehrmals	8	10	16	22	22	42	49	48
Einmal	-	10	7	7	20	22	14	13
Seltener	31	30	43	30	31	22	19	23
Nie	62	51	35	41	27	14	18	16
	100	100	100	100	100	100	100	100
(N=)	(26)	(61)	(87)	(156)	(77)	(117)	(88)	(61)

*Basis:* Bevölkerung mit deutscher Staatsangehörigkeit, postalische Befragung, 2007

*Frageformulierung:* Wie oft gehen Sie in Düsseldorf ... in ein Museum für Kunst/Malerei?

*Antwortkategorien:* „Mehrmals pro Woche – einmal pro Woche – einmal im Monat – mehrmals im Jahr – einmal im Jahr – seltener – nie“ [Hier Mehrmals pro Woche bis mehrmals im Jahr zur Kategorie „mehrmals“ zusammengefasst].

**4. Generationsprägung des kulturellen Interesses?**

Alterseffekte können zweierlei bedeuten: einen Einfluss des Alters per se – aufgrund psychischer, sozialer oder lebenszeitlicher Lebenslagen. Oder einen Einfluss der Generationszugehörigkeit (vgl. Reuband 1980). Wäre es ein reiner Alterseffekt, würde es bedeuten, dass sich Menschen mit zunehmendem Alter stets vermehrt dem Museumsbesuch zuwenden. Würde es sich jedoch um einen Effekt der Generationszugehörigkeit handeln, hieße das: die nachwachsenden Generationen würden immer seltener ein Interesse an Museumsbesuch entwickeln und die Gefahr einer Abwendung von Museen droht (ähnlich wie es sich im Fall des klassischen Musikgeschmacks sowie des Opern- und Konzertbesuchs vollzogen hat).

Leider ist die Datenlage, die eine Klärung derartiger Fragen bieten könnte, derzeit prekär. Es bedarf einer umfassenderen Analyse unter Rückgriff auf Erhebungen früherer Jahre, die es für unsere Untersuchungspopulation – und ebenso für die bundesweite Bevölkerung – in hinreichender Weise nicht oder nur in Ansätzen gibt. Sicher aber ist: es spricht einiges dafür, dass sich die größere Distanziertheit der Jüngeren gegenüber dem Museumsbesuch nicht allein auf ein Mangel an Zeit oder eine zu starke Einbindung in andere Rollenverpflichtungen zurückführen lässt. Hinter der größeren Reserviertheit steht ein geringeres Interesse an Fragen der Hochkultur.

So geben bei den besser Gebildeten in unserer Bevölkerungsbefragung unter den 18-29jährigen und den 30-44-Jährigen 23 % an, sich für Kunst und Malerei



### ... Sinkende Nachfrage als Determinante zukünftiger Museumskrisen?

„sehr stark“ oder „stark“ zu interessieren, unter den 45-49jährigen sind es 34 % und denen, die 60 Jahre und älter sind, sogar 57 %. Unter den schlechter Gebildeten gibt es zwar keinen systematischen Zusammenhang zwischen Alter und Kunstinteresse. Aber auch bei ihnen zeigt sich bei den Jüngeren anhand anderer Indizien eine distanziertere Haltung zur Kultur als bei den Älteren: sowohl gemessen an der Häufigkeit, mit der Kultursendungen im Fernsehen gesehen werden, als auch der Häufigkeit, mit welcher der Kulturteil in Zeitungen gelesen wird, findet sich eine geringere Hinwendung zu Fragen der Kultur als bei den Älteren. Ähnliche Zusammenhänge gibt es unter den besser Gebildeten. Die Beziehung zwischen Alter und dem Interesse an Kultur in den Medien ist bei den Fragen zur Mediennutzung sogar derart stark, dass sie auch in der Gesamtheit der Befragten nicht in nennenswertem Maße durch den Bildungseffekt überlagert werden kann: sie tritt bereits deutlich hervor, wenn man die Befragten in ihrer Gesamtheit betrachtet.

### 5. Mediennutzung, Generationszugehörigkeit und Kulturinteresse

Sollte es sich bei dem Alterseffekt um einen Effekt handeln, der maßgeblich durch generationsbedingte Einflüsse hervorgerufen wird – etwa durch ein sinkendes Interesse an Fragen der Kultur –, würde sich längerfristig auch bei der Institution des Museums auf der Nachfrageseite eine Krise einstellen. Und es spricht manches durchaus dafür, dass es Generationseinflüsse auf das Kulturinteresse gibt. So war früher, als Fernsehen noch im Wesentlichen bedeutete, Programme der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender zu sehen, bei vielen Zuschauern üblich, Inhalte zu rezipieren, für die sie selbst kein sonderliches Interesse empfanden. Entsprechend konnte es geschehen, dass jemand, der sich nicht für Kultur interessierte, doch eine Sendung mit Kulturinhalten zur Kenntnis nahm und dadurch ein gewisses Interesse für Fragen der Kultur geweckt wurde. In Zeiten, in denen es nicht einmal eine Fernbedienung gab, blieben viele Zuschauer in ihrem Fernsehsessel sitzen und nahmen passiv das Dargebotene hin.

Heutzutage sind die Wahlmöglichkeiten bei der Mediennutzung erheblich gestiegen. Sie sind es nicht nur, weil das Internet vielfältige Optionen bietet und sich Jüngere vermehrt und zeitintensiv diesem Medium zuwenden (vgl. Klingler 2008). Sie sind es vor allem auch durch den Ausbau des Fernsehsystems: es fällt heutzutage leicht, in den Programmen der privaten Fernsehsender Sendungen zu finden, die dem eigenen Interessenprofil und Bedürfnissen entsprechen. Privatsender aber weisen weniger Informationsendungen – und damit auch weniger Beiträge zum Thema Kultur – auf als die öffentlich-rechtlichen Sender (Media Perspektiven 2009: 17f.). Und Jüngere sind es, die sich überproportional häufig den privaten Fernsehsendern zuwenden (Blödorn und Gerhards 2005: 275).

Mehrere Studien weisen darauf hin, dass sich das Nutzungsverhalten der Jüngeren als generationsspezifische Prägung herauskristallisiert. Mit anderen Worten: es wachsen Generationen mit unterschiedlichem Mediennut-



**... Sinkende Nachfrage als Determinante zukünftiger Museumskrisen?**

zungsprofil heran (vgl. Peiser 1996). Die Chance, dass in den nachwachsenden Generationen jemand im Rahmen seiner alltäglichen Mediennutzung auf kulturelle Inhalte stößt, ist damit geringer als in früheren Generationen. Generationsbedingte Prägungen in Fragen der Kultur sind gewissermaßen einprogrammiert und dies könnte, wenn nicht gegengesteuert wird, längerfristig auch die Anzahl der Museumsbesuche betreffen und die Nachfrage senken. Der Alterseffekt ist beim Museumsbesuch zwar geringer als beim Besuch von Opern oder klassischem Konzert (Reuband 2006), aber es bleibt als relevanter Tatbestand, dass es ihn als solchen überhaupt gibt.

**6. Schlussbemerkungen**

Auf den ersten Blick erscheint die Zusammensetzung der Museumsbesucher altersmäßig ausgewogen zu sein. Es gibt keine nennenswerte Abweichung von der Zusammensetzung der Bevölkerung. Aber bei näherer Betrachtung wird deutlich, dass ein Alterseffekt sehr wohl existiert und lediglich durch einen Bildungseffekt überlagert wird. Dieser Alterseffekt ist, wie weitere Untersuchungen von uns belegen, nicht auf den Besuch Kunstmuseen beschränkt. Vielmehr lässt er sich auch nachweisen, wenn man global nach ihrem Museumsbesuch fragt, und nicht nach Art des Museums differenziert (Reuband 2006). Düsseldorf stellt in dieser Hinsicht im Übrigen keine Besonderheit dar: Studien die wir auf der Basis repräsentativer Bevölkerungsbefragungen in Hamburg, Kiel, Stuttgart, München und Dresden durchgeführt haben, erbringen ähnliche Zusammenhänge.(5)

Natürlich könnte man sich fragen, ob dem möglichen Abwärtstrend in Kulturinteresse und Museumsbesuch nicht andererseits auch Faktoren entgegenstehen, die diesen Trend aufhalten oder umkehren. So haben manche Beobachter gefragt, ob Museen nicht die „Orte der Selbstvergewisserung seien in einer immer unübersichtlich werdenden Zeit“ (DW-TV, 30.01.2010) und deshalb die Zahl der Museumsbesuche steige. In ähnlicher Weise ist vermutet worden, dass der (derzeitige) „Museumsboom“ Folge der Tatsache sei, dass die Menschen „gültige Werte in einer schnelllebigen Zeit“ suchten (*Berliner Zeitung*, 16.12. 2000). Wäre dies der Fall, so müsste es entsprechende Zusammenhänge geben zwischen der Häufigkeit des Museumsbesuchs und Gefühlen der Verunsicherung, der Anomie. Unsere Untersuchung erbringt dafür jedoch keine Hinweise. Denn setzt man entsprechende Indikatoren für Anomie und der Häufigkeit des Museumsbesuch in Beziehung, ergibt sich genau das Gegenteil: je verunsicherter die Menschen im Allgemeinen sind, desto seltener besuchen sie Museen, in denen Kunst ausgestellt wird.(6)

Und damit wird einmal mehr deutlich, wie wichtig es ist, kulturelle Bildungsarbeit zu betreiben und besonders auch die jüngere Generation an kulturelle Themen und an die Bedeutung von Museen frühzeitig heranzuführen. Die Museen sind unter allen Kulturinstitutionen vermutlich dazu personell und konzeptuell noch am besten in der Lage – schließlich sind sie frühzeitiger als andere Kulturinstitutionen sich der Bedeutung von Museumspädago-



**... Sinkende Nachfrage als Determinante zukünftiger Museumskrisen?**

gik bewusst geworden und haben entsprechende Maßnahmen ergriffen. Und ebenso haben sie sich – anders als andere Kulturinstitutionen – frühzeitig der Frage der Besucherforschung (vgl. *Haus der Geschichte* 1995) und des Kulturmarketing (vgl. Günter und Hausmann 2009) zugewandt. Sicher ist: man kann sich nicht auf den insgesamt weiterhin leicht steigenden Besucherzahlen ausruhen. Museen sind, gemessen an der derzeitigen Nachfrage, nicht in der Krise. Aber sie sind davor in der Zukunft nicht gefeit.¶

**Anmerkungen:**

(1) Angaben zur Zahl der Museen lassen sich aus den Statistiken des *Instituts für Museumsforschung* ableiten. Die Datenbank der Museen wurde seit Beginn der 1980er Jahre aufgebaut und sukzessiv ergänzt. Im Jahr 1981 umfasste sie 2.247 Museen, 1998 5.576 und 2008 6.190 Museen. Auch wenn der Anstieg in der Zahl der Museen zum Teil Folge einer verbesserten Erfassung ist, steht doch außer Zweifel, dass die Zahl der Museen real gestiegen ist.

(2) 1992 lag die Zahl der Besuche pro Museum – eigenen Berechnungen zufolge – bei 25.731 und sank dann bis 18.941 im Jahr 2003. Seitdem aber hat sich die relative Zahl der Besuche wieder erhöht (ob durch vermehrte Sonderausstellungen oder andere Gründe, sei dahingestellt). Im Jahr 2008 lag sie bei 21.9540, nach wie vor niedriger als 1992. Problem des Langzeitvergleich ist allerdings, dass im Lauf der Zeit vermehrt auch kleinere neueröffnete Museen verstärkt in das Blickfeld des *Institut für Museumsforschung* und in die Datenbank eingegangen sind und damit überproportional Museen mit geringen Besucherzahlen das Gesamtbild vermehrt mitbestimmen.

(3) Die Museumsbesucherbefragung umfasst jeweils systematische Erhebungen über mehrere Tage in den ausgewählten Museen durch einen eigenen Interviewerstab. Die von ihnen ausgegeben Fragebögen konnten entweder nach deren Beantwortung vor Ort zurückgegeben oder an das Institut für Sozialwissenschaften der Universität Düsseldorf zurückgesandt werden. Die Museumsbesucherumfrage und die Bevölkerungsbefragung des Jahres 2004 wurden im Rahmen eines von der Fritz Thyssen Stiftung geförderten Projekts des Verfassers erhoben (AZ 20.030.080). Die Bevölkerungsbefragung von 2007 basiert auf Eigenfinanzierung und einem Zuschuss der Stadt Düsseldorf. Beide Bevölkerungsumfragen wurden postalisch durchgeführt und erreichten hohe Teilnahmequoten (dazu vgl. auch Reuband 2006).

(4) Angaben zur Zusammensetzung von Museumsbesuchern auf der Basis früherer Besucherbefragungen, auch im Vergleich zu Besuchern anderer Kultureinrichtungen, finden sich ebenfalls bei Rössel et al. (2005), in Bezug auf frühere Studien siehe auch bei Klein (1990).

(5) Es handelt sich um groß angelegte Befragungen mit ca. 1.000 Befragten pro Stadt. Eine Publikation dazu ist in Vorbereitung.

(6) Verunsicherung (Anomie) wurde gemessen über eine Skala, welche die folgenden Statements umfasst: „So wie die Zukunft aussieht, kann man es kaum noch verantworten, Kinder auf die Welt zu setzen“, „In diesen Tagen ist alles so unsicher geworden, dass man auf alles gefasst sein muss“, „Das Leben ist heute so kompliziert geworden, dass ich mich fast nicht mehr zurechtfinde“. Rechnet man eine lineare Regressionsanalyse mit der Häufigkeit des Besuchs von Kunstmuseen in Düsseldorf als abhängige Variable (in der differenzierten Kategorisierung von „mehrmals in der Woche“ bis „nie“) und Anomie als unabhängige Variable (plus soziale Merkmale als Kontrollvariablen) erhält man folgenden standardisierte Regressionskoeffizienten (mit Signifikanzniveau) in unserer Erhebung von 2007: Geschlecht .04 (n.s.), Alter .15 (p<0,001), Bildung .24 (p<0,001), Berufsprestige des Haushaltsvorstands .20 (p<0,001), Nettoeinkommen des Haushalts -.03 (n.s.), Anomie .22 (p<0,001). Die erklärte Varianz  $r^2$  liegt bei .23. Die Anomie erweist sich hiernach von ihrer Effektstärke als genauso bedeutsam wie die Schulbildung!

Literaturverzeichnis siehe Rubrik Seitensprünge



# Seitensprünge

Linksammlung zum Thema *Museum in der Krise?*

- Blödorn, A. und M. Gerhards (2005): Veränderungen der Medienzuwendung mit dem Älterwerden, in: *Media Perspektiven*, 6, S. 271-282
- *Institut für Museumsforschung* (1993-2009): Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1992-2008. Institut für Museumsforschung, Berlin
- Günter, B. und A. Hausmann (2009): *Kulturmarketing*. Wiesbaden
- Haus der Geschichte, Hrsg. (1996): *Museen und ihre Besucher. Herausforderungen in der Zukunft*. Berlin
- Klein, H.J. (1990): *Der gläserne Besucher – Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft*. Berlin
- Klingler, W. (2008): Jugendliche und ihre Mediennutzung 1998 bis 2008, in: *Media Perspektiven*, 12, S. 625-634
- Peiser, W. (1996): *Die Fernsehgeneration*. Wiesbaden
- *Media Perspektiven* (2009): Daten zur Mediensituation in Deutschland 2009. Basisdaten. Frankfurt/M.
- Reuband, K.-H. (1980): Life Histories. Problems and prospects of longitudinal designs, in: J.M. Clubb und E.K. Scheuch, Hrsg., *Historical social research. The use of historical and process produced data*. Stuttgart 1980, S. 135-163
- Reuband, K.-H. (2006): Teilhabe der Bürger an der „Hochkultur“. Die Nutzung kultureller Infrastruktur und ihre sozialen Determinanten, in: A. Labisch, Hrsg., *Jahrbuch der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 2005/06*. Düsseldorf, S. 263-283 [ebenfalls [www.uni-duesseldorf.de/Jahrbuch/2005](http://www.uni-duesseldorf.de/Jahrbuch/2005)]
- Reuband, K.-H. (2009): Die Institution Oper in der Krise? Generationsbedingte Änderungen des Opernbesuchs und des Musikgeschmacks im Langzeitvergleich, in: *KM. Das Monatsmagazin von Kulturmanagement Network*, Nr. 38, Themenschwerpunkt „Generationen“, S. 8-12
- Rössel, J., R. Hackenbroch und A. Göllnitz (2005): Soziale Differenzierung und Strukturwandel des Hochkulturpublikums, in: *Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Hrsg., Jahrbuch für Kulturpolitik 2005*. Essen, S. 225-234
- Ernst, M./Ernst, K. (2007): *Handbuch Museumsmanagement: Bd. 1: Aufgabenreflexion - Öffentlichkeitsorientierung Zielentwicklung / Bd. 2: Ergebnisreflexion - Dienstleistungsorientierung - Organisationsentwicklung*, Köln
- Hausmann, A. (2007): Erfolgreiches Innovationsmanagement in Kulturbetrieben, in: Loock, F./Scheytt, O. (Hrsg.): *Kulturmanagement und Kulturbetriebe*, Berlin, D 1.4, S. 1-11
- Kostka, C./Mönch, A. (2009): *Change Management: 7 Methoden für die Gestaltung von Veränderungsprozessen*, 4. Aufl., München. ¶