



Stadt Leipzig

Besucherbefragung 2016 / Museen

Ergebnisse

März 2017

Amt für Statistik und Wahlen





Vorbemerkungen

1. Die Museumsbesucher
2. Der Museumsbesuch
3. Verschiedene Aspekte beim Museumsbesuch
4. Eintrittspreise und Preisgestaltung
5. Besuch anderer (Leipziger) Museen
6. Zusammenfassung
7. Untersuchungsdesign



- Im Auftrag des Kulturamtes führte das Amt für Statistik und Wahlen von August bis November 2016 eine Besucherbefragung in folgenden Einrichtungen durch:
 - Stadtgeschichtliches Museum (SGM) – Altes Rathaus
 - Stadtgeschichtliches Museum (SGM) – Haus Böttchergäßchen
 - Stadtgeschichtliches Museum (SGM) – Völkerschlachtdenkmal/ Forum 1813
 - Museum der bildenden Künste (MdbK)
 - GRASSI Museum für Angewandte Kunst (GRASSI MAK)
 - Galerie für Zeitgenössische Kunst (GfZK) (Stiftung)
 - Bach-Museum (Stiftung Bacharchiv)
 - Mendelssohn-Haus (Felix-Mendelssohn-Bartholdy-Stiftung)

- Ziel der Besucherbefragung ist die Ermittlung der wahrgenommenen Qualität von Angeboten und Dienstleistungen mit folgenden Schwerpunkten:
 - Besucherstruktur (soziodemografische Merkmale der Person und Herkunft)
 - Persönliche Einschätzung des Museumsbesuchs
 - Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Angebotsbereichen und Serviceeinrichtungen
 - Zufriedenheit mit Preisgestaltung und Eintrittspreisen
 - Häufigkeit der Nutzung (auch anderer Museen in Leipzig)
 - Nutzung von Informationsmedien



1

Die Museumsbesucher

Alter, Geschlecht und Herkunft der Besucher/innen



- Das Durchschnittsalter der Besucher/innen beträgt 48 Jahre. In der GfZK sind die Befragten deutlich jünger, im GRASSI MAK etwas älter.
- Frauen und Männer gehen ähnlich häufig in Museen.
- 19 Prozent der Museumsbesucher/innen wohnen im Ausland. Im Bach-Museum liegt dieser Anteil mit 58 Prozent am höchsten, im SGM/ Haus Böttchergäßchen mit 2 Prozent am niedrigsten.

	Alter* (Jahre)	Geschlecht (in %)		Herkunft (in %)**		
		männlich	weiblich	Leipzig	Deutschland (ohne Leipzig)	Ausland
	Ø					
Alle Befragten	48	48	52	29	49	19
SGM/ Altes Rathaus	47	59	41	21	54	24
Bach-Museum	49	53	47	4	35	58
Galerie für Zeitgenössische Kunst	37	43	57	45	43	10
GRASSI Museum für Angewandte Kunst	54	33	67	33	56	5
SGM/ Haus Böttchergäßchen	48	45	55	61	35	2
Mendelssohn-Haus	53	49	51	12	51	32
Museum der bildenden Künste Leipzig	51	47	53	38	48	13
SGM/Völkerschlachtdenkmal/Forum 1813	44	53	47	13	75	12

* Kinder wurden nur in Ausnahmefällen befragt; ** Differenz zu 100 %: Befragte aus Deutschland, die keine Angabe zu ihrer Postleitzahl machen

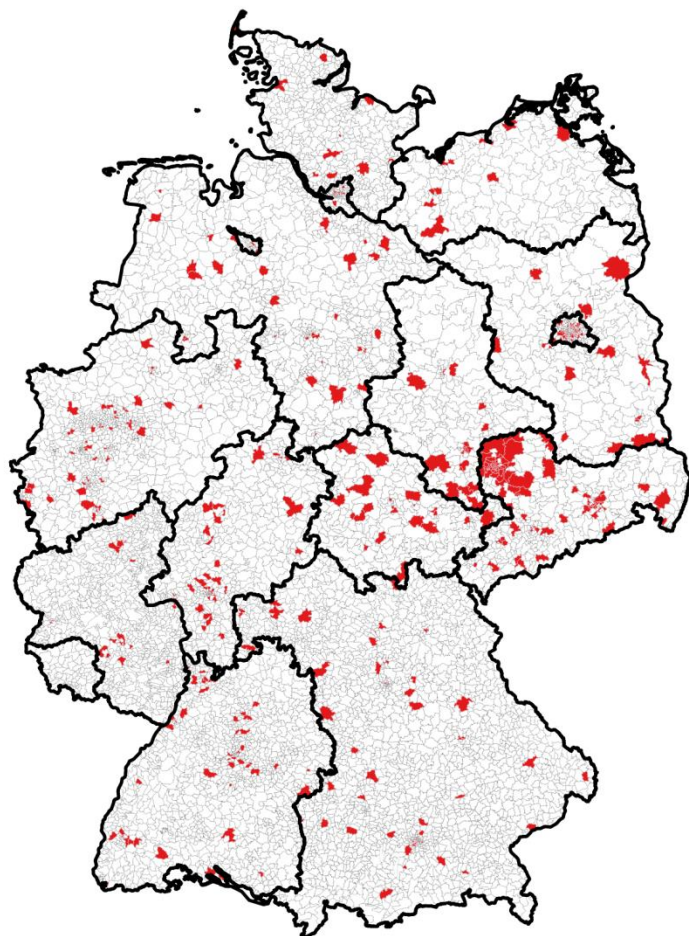
Herkunft der Museumsbesucher



- Neben Besuchern aus Leipzig (29 Prozent) und Sachsen (8 Prozent) stammt die Mehrheit der Besucher/innen aus dem übrigen Bundesgebiet (42 Prozent).
- Ausländische Besucher/innen kommen am häufigsten aus den Niederlanden, den USA und Großbritannien.

Herkunft	N	in % von Gesamt
Leipzig	315	29
übriges Sachsen	88	8
übriges Deutschland	456	42
Ausland	212	19
keine Angabe	28	3
Gesamt	1099	100

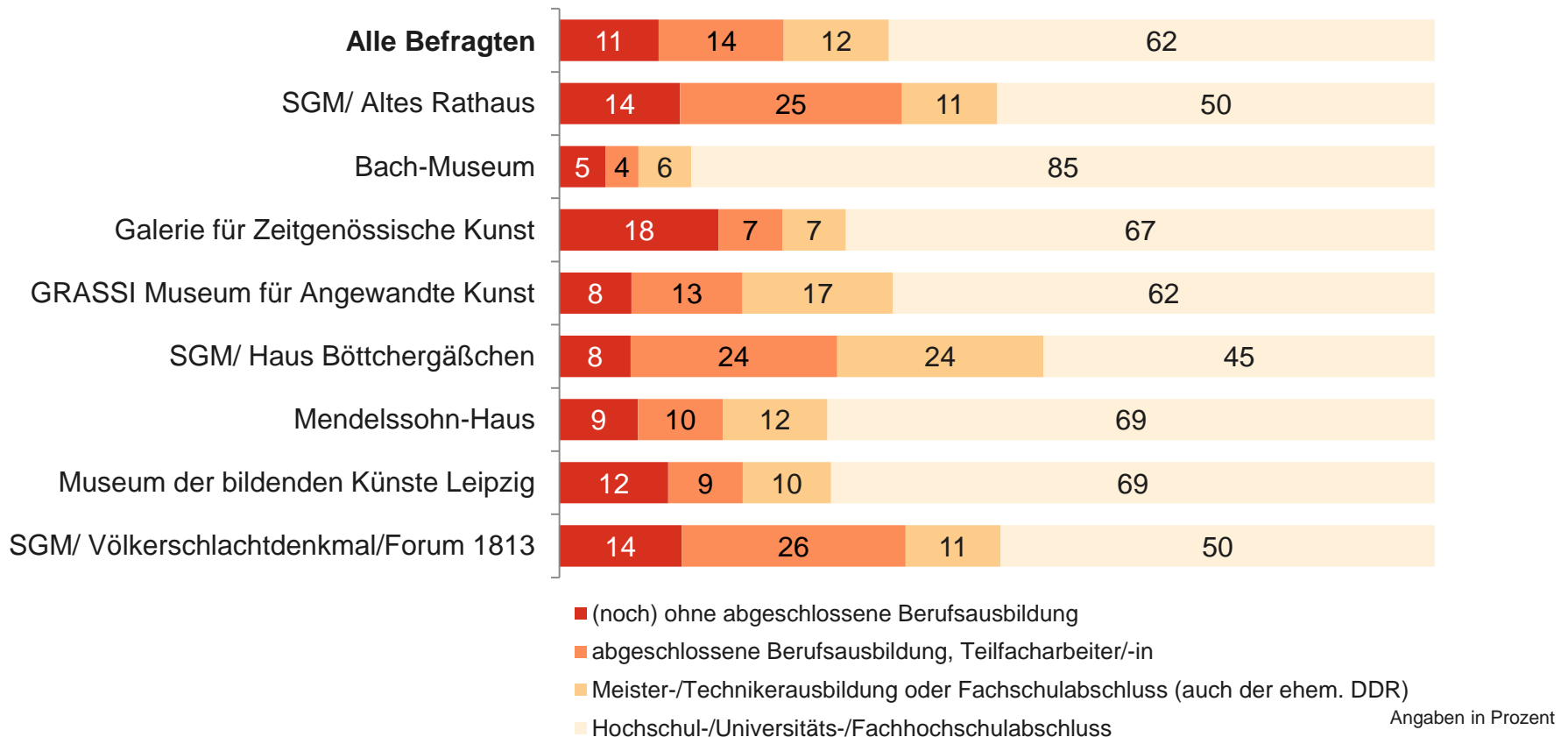
Herkunft der ausländischen Besucher	N	in % der Ausländer	in % von Gesamt
Niederlande	25	12	2
USA	24	11	2
Großbritannien	20	9	2
Schweiz	15	7	1
Frankreich	13	6	1
Japan	13	6	1
Belgien	12	6	1
Österreich	12	6	1
Australien	9	4	1
Italien	8	4	1
Kanada	6	3	1
weitere 30 Länder mit n<4	55	26	5
Gesamt	212	100	19



Bildungsniveau



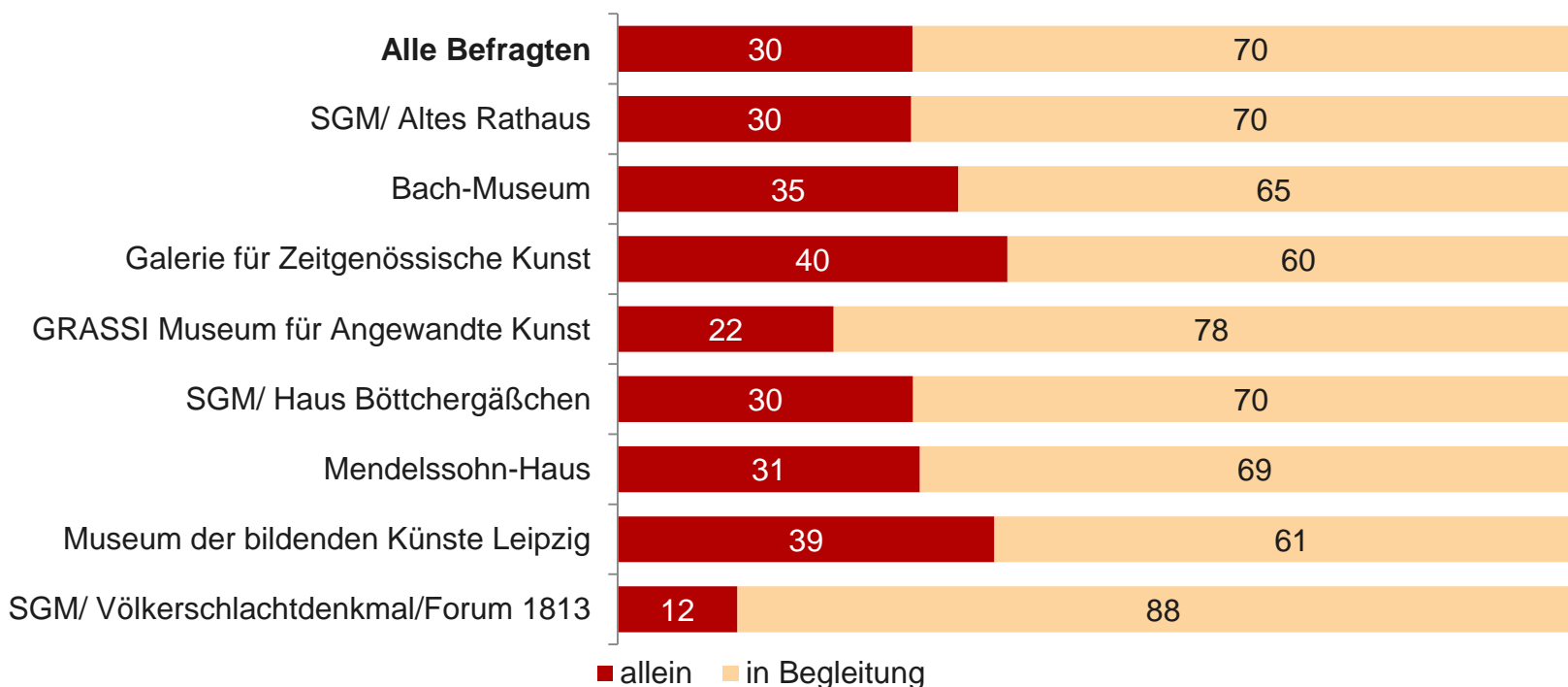
- 62 Prozent der Museumsbesucher/innen haben einen Hochschul-/Universitäts-/ oder Fachhochschulabschluss (zum Vergleich Stadt Leipzig: 25 Prozent).
- Besonders hoch ist der Anteil von Besuchern mit hoher formaler Bildung im Bach-Museum. Die Häuser des Stadtgeschichtlichen Museums erreichen ein breiteres Publikum.



Museumsbesuch allein oder in Begleitung



- 70 Prozent der Befragten besuchten das Museum in Begleitung.
- Überdurchschnittlich häufig wird das Völkerschlachtdenkmal in Begleitung besucht.
- In die GfZK und ins MdbK geht jede/r vierte der Besucher allein.

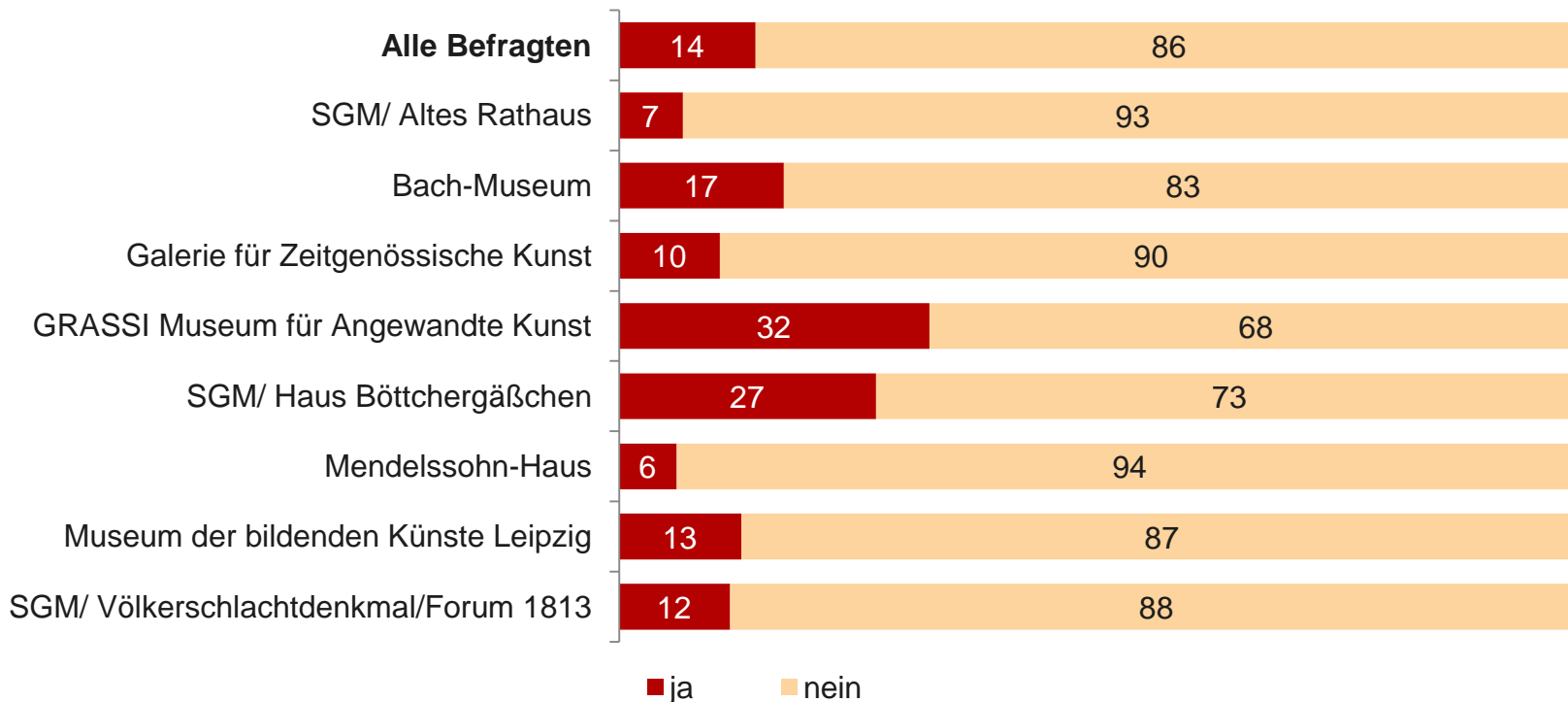


Angaben in Prozent

In Leipzig extra wegen des Museumsbesuchs



- 14 Prozent aller Befragten die nicht aus Leipzig stammen, sind extra wegen des Museumsbesuchs nach Leipzig gekommen.
- Am höchsten ist dieser Anteil im GRASSI MAK und im SGM/ Haus Böttchergäßchen.



Basis: Befragte, die angeben nicht aus Leipzig zu kommen (n=756), Angaben in Prozent



2

Der Museumsbesuch

Durchschnittliche Besuchsdauer



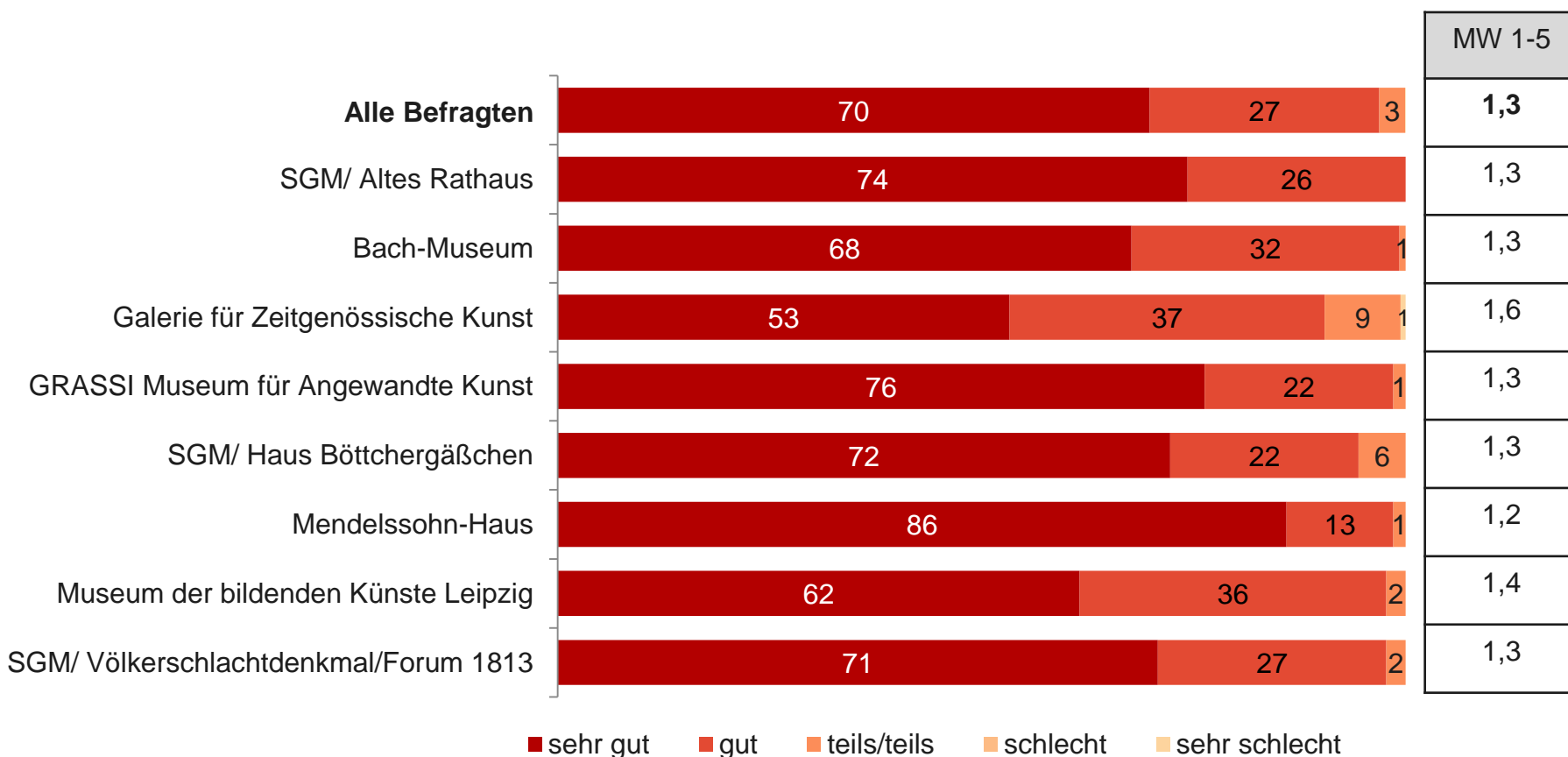
- Die durchschnittliche Besuchsdauer in den befragten Leipziger Museen beträgt knapp 1,5 Stunden. Sie ist am längsten im GRASSI MAK (2 Stunden) und am kürzesten im SGM/ Haus Böttchergäßchen (knapp 1 Stunde).

	Ø Besuchsdauer in Minuten
Alle Befragten	87
SGM/ Altes Rathaus	108
Bach-Museum	81
Galerie für Zeitgenössische Kunst	73
GRASSI Museum für Angewandte Kunst	121
SGM/ Haus Böttchergäßchen	56
Mendelssohn-Haus	83
Museum der bildenden Künste Leipzig	96
SGM/ Völkerschlachtdenkmal/Forum 1813	84

Gesamtzufriedenheit mit dem Besuch



- 70 Prozent der Befragten hat der Museumsbesuch „sehr gut“, weiteren 27 Prozent „gut“ gefallen.
- Besonders zufrieden sind die Besucher/innen des Mendelssohn-Hauses.

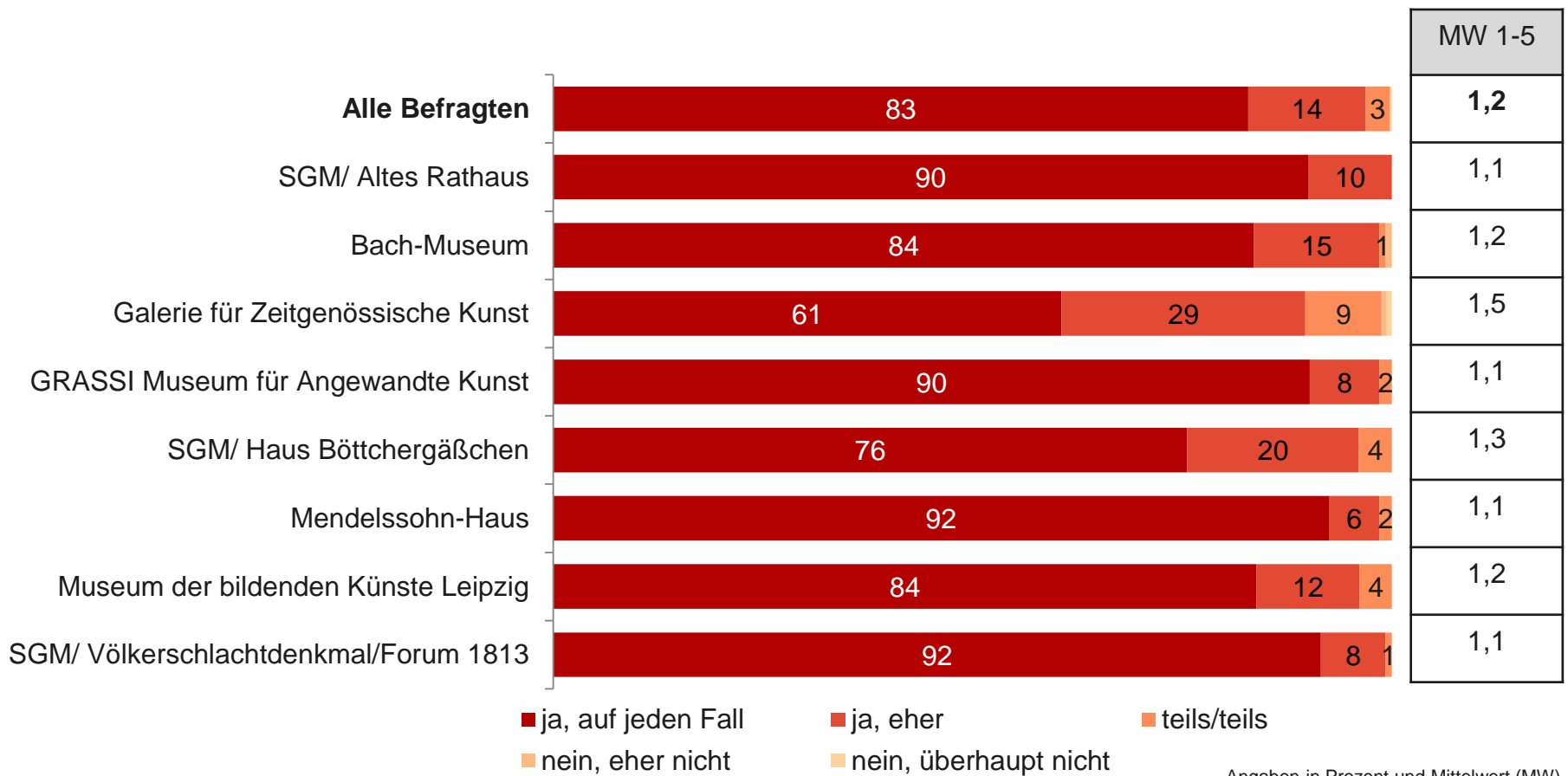


Angaben in Prozent und Mittelwert (MW)

Weiterempfehlung des Besuchs



- Bei der Weiterempfehlungsbereitschaft vergeben die Besucher/innen noch häufiger die Bestnote: 83 Prozent würden ihren Besuch „auf jeden Fall“ weiterempfehlen.
- Überdurchschnittlich ist die Weiterempfehlungsbereitschaft im Mendelssohn-Haus und im SGM/ Völkerschlachtdenkmal.

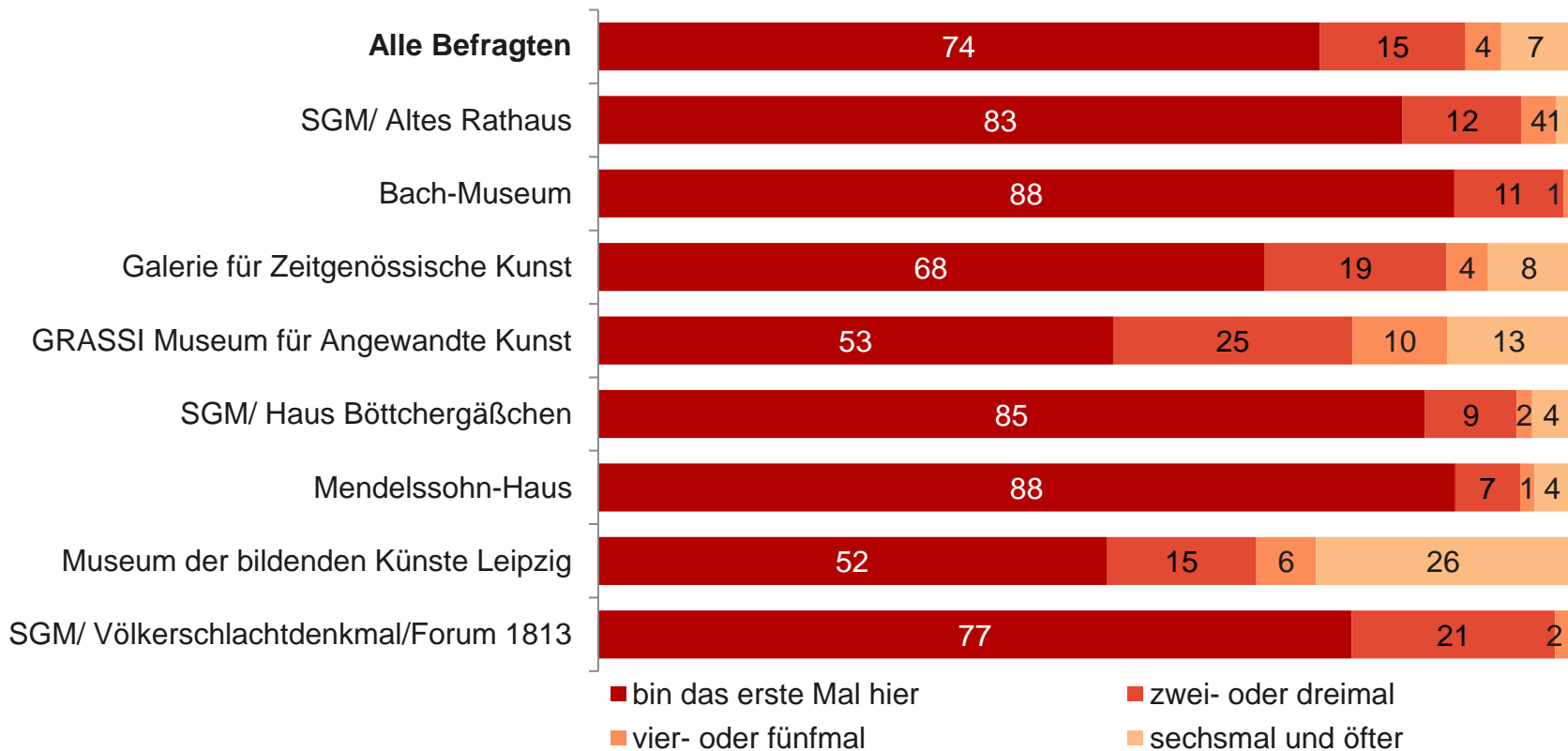


Angaben in Prozent und Mittelwert (MW)

Besuchshäufigkeit im jeweiligen Museum



- 74 Prozent der Befragten besuchen das jeweilige Museum zum ersten Mal. Im Bach-Museum und im Mendelssohn-Haus liegt der Anteil der Erstbesucher bei 88 Prozent.
- Besonders häufig wieder besucht werden das MdbK, das GRASSI MAK und die GfZK.

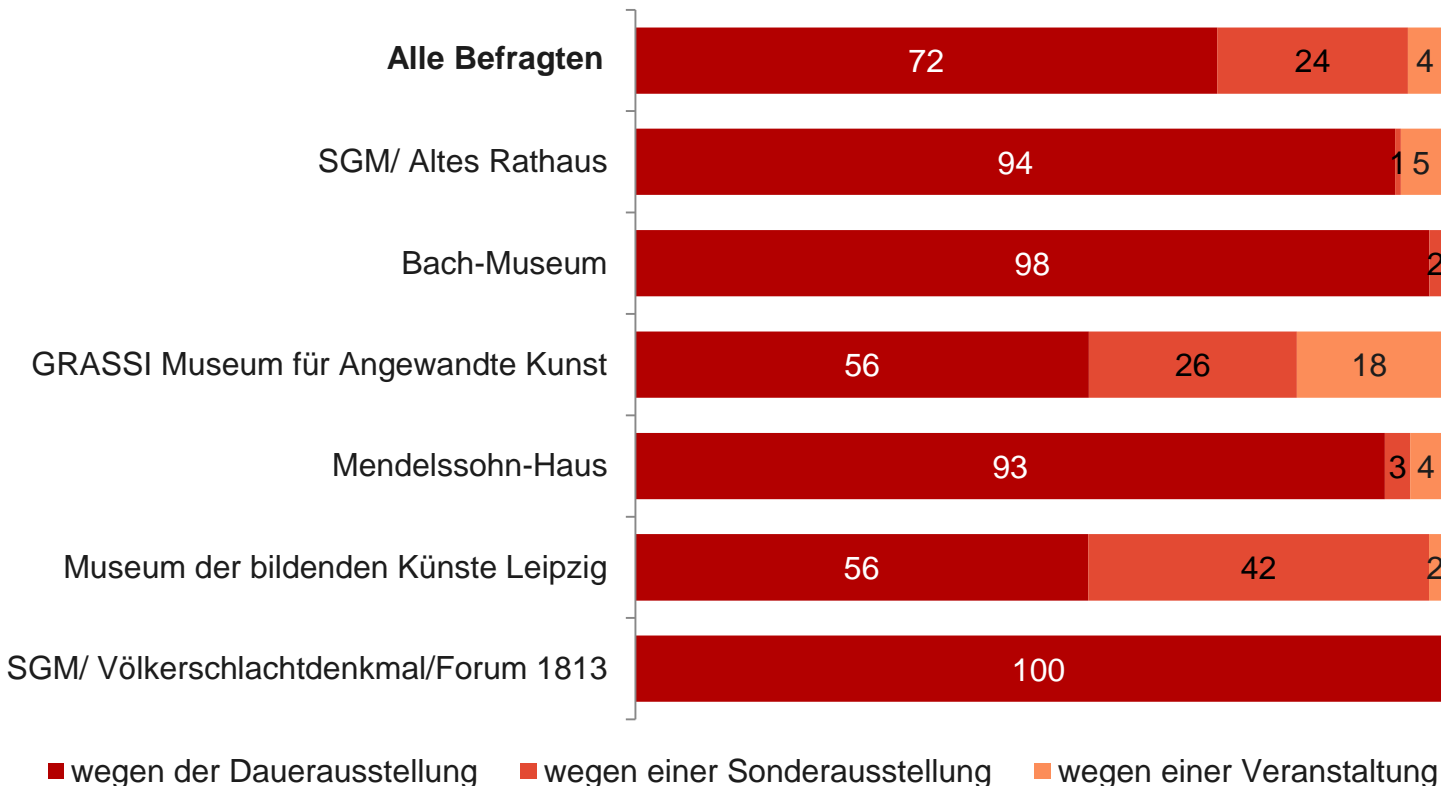


Angaben in Prozent

Dauerausstellung vs. Sonderausstellung



- Der hauptsächliche Grund für den Museumsbesuch unterscheidet sich zwischen den Häusern sehr stark.
- Überdurchschnittlich hoch ist der Anteil der Personen die wegen einer Sonderausstellung gekommen sind im MdbK.

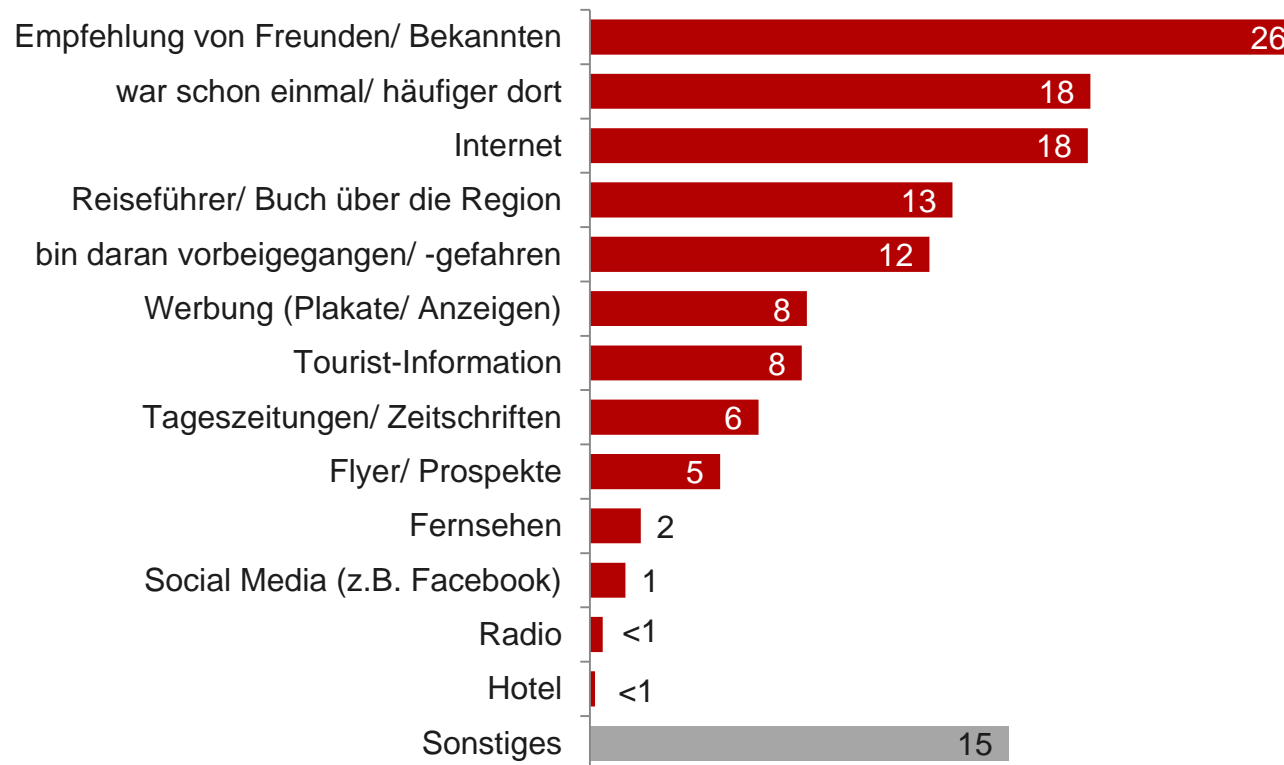


Angaben in Prozent; Frage wurde in der Galerie für Zeitgenössische Kunst nicht gestellt, im SGM/ Haus Böttchergäßchen nur Sonderausstellungen

Auf das Museum aufmerksam geworden



- Gut jede/r Vierte der Befragten ist durch Empfehlungen von Freunden/Bekannten auf das Museum aufmerksam geworden. Neben der Bekanntheit durch frühere Besuche war das Internet im Vorfeld die wichtigste Informationsquelle.
- Zeitungen/Zeitschriften, Fernsehen und Radio spielen demgegenüber nur eine untergeordnete Rolle, um auf das Museum aufmerksam zu werden.



Mehrfachnennungen, Angaben in Prozent

3

Verschiedene Aspekte beim
Museumsbesuch

Lesehinweise Diagramme zur Wichtigkeit und Zufriedenheit

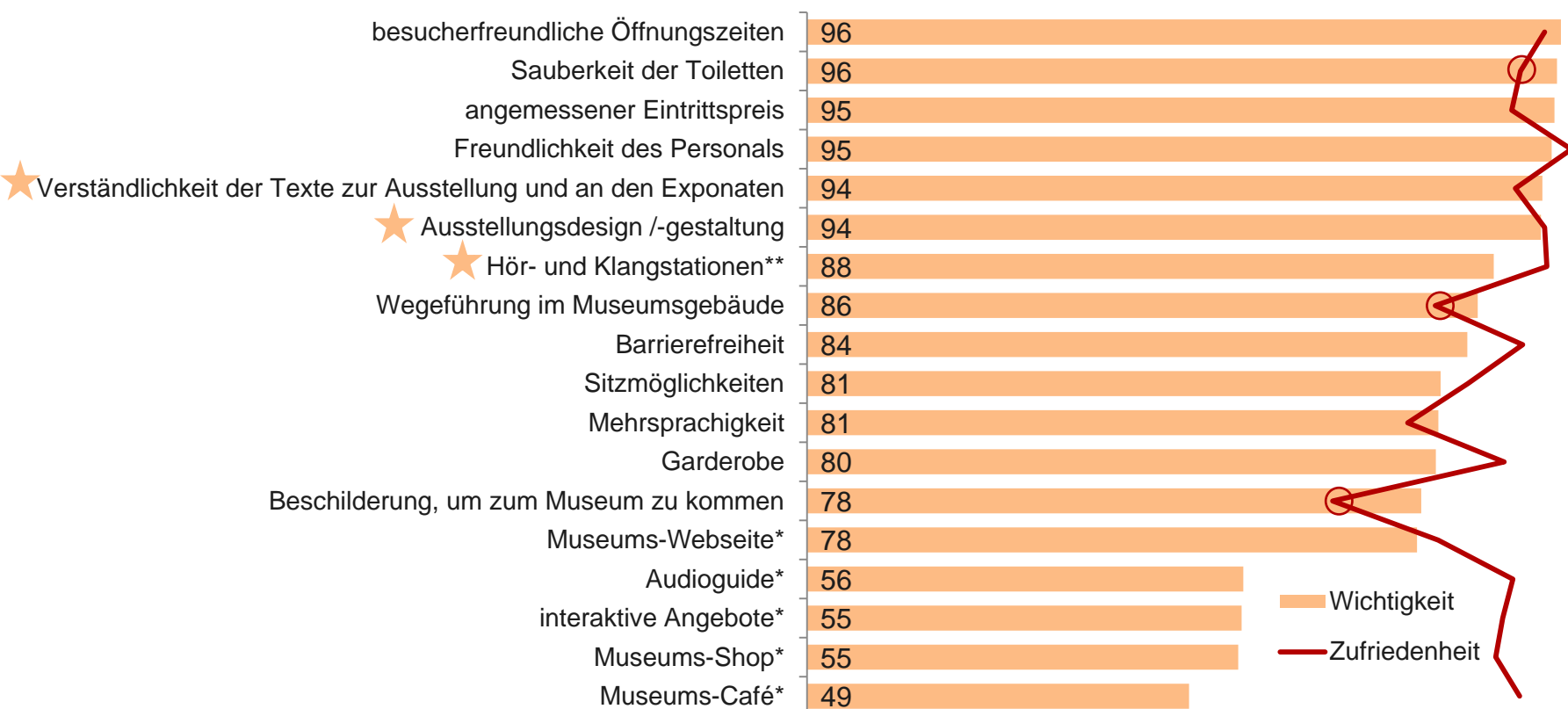


- Die Besucher wurden gefragt, wie wichtig ihnen verschiedene Aspekte des Museumsbesuchs sind und wie zufrieden sie mit diesen Aspekten bei ihrem Besuch im Museum waren.
- Als **Balken** dargestellt ist dabei der Anteil der Befragten, für die der entsprechende Aspekt „sehr wichtig“ oder „wichtig“ ist. Bsp.: „besucherfreundliche Öffnungszeiten“ sind für 96 Prozent der Befragten „sehr wichtig“ oder „wichtig“.
- Als **rote Linie** dargestellt ist der Anteil der Befragten, die bei dem Museumsbesuch mit diesem Aspekt „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ waren. Bsp.: mit den „besucherfreundlichen Öffnungszeiten“ waren 94 Prozent der Befragten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“.
- Je weiter links die rote Linie auf dem Balken liegt, desto unzufriedener sind die Befragten mit dem entsprechenden Aspekt. Die drei Aspekte mit der größten (negativen) Diskrepanz sind jeweils mit einem ○ gekennzeichnet. Dies zeigt einen potentiellen Handlungsbedarf an.
- Sofern die rote Linie rechts außerhalb des Balkens verläuft bedeutet dies, dass der Anteil der Befragten, die mit diesem Aspekt „sehr zufrieden“ sind (im Durchschnitt) größer ist als der Anteil der Befragten, dem dieser Aspekt „(sehr) wichtig“ ist. Bei diesen Aspekten sind die Erwartungen der Besucher also „übererfüllt“.
- Mittels einer Korrelationsanalyse wurde zudem ermittelt, bei welchen Aspekten die größten Zusammenhänge zwischen der Zufriedenheit mit diesem Aspekt und der Gesamt-zufriedenheit mit dem Museumsbesuch bestehen. Diese Aspekte wurden mit einem ★ gekennzeichnet.

Wichtigkeit und Zufriedenheit mit verschiedenen Aspekten



- Mit den für sie wichtigen Aspekten sind die Besucher/innen auch (sehr) zufrieden, insbesondere mit der Freundlichkeit des Personals. Übererfüllt werden die Erwartungen u.a. bei der Garderobe und der Barrierefreiheit. Potenziale zeigen sich bei der Beschilderung zum Museum, der Wegeführung im Gebäude und der Sauberkeit der Toiletten.
- Den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit hat die Zufriedenheit der mit ★ gekennzeichneten Aspekte.



Wichtigkeit: jeweils Skalenwerte 1+2 („sehr wichtig“ und „wichtig“); Zufriedenheit : jeweils Skalenwerte 1+2 („sehr zufrieden“ und „zufrieden“); * Zufriedenheit nicht in allen Museen abgefragt, ** Wichtigkeit und Zufriedenheit nicht in allen Museen abgefragt; Angaben in Prozent

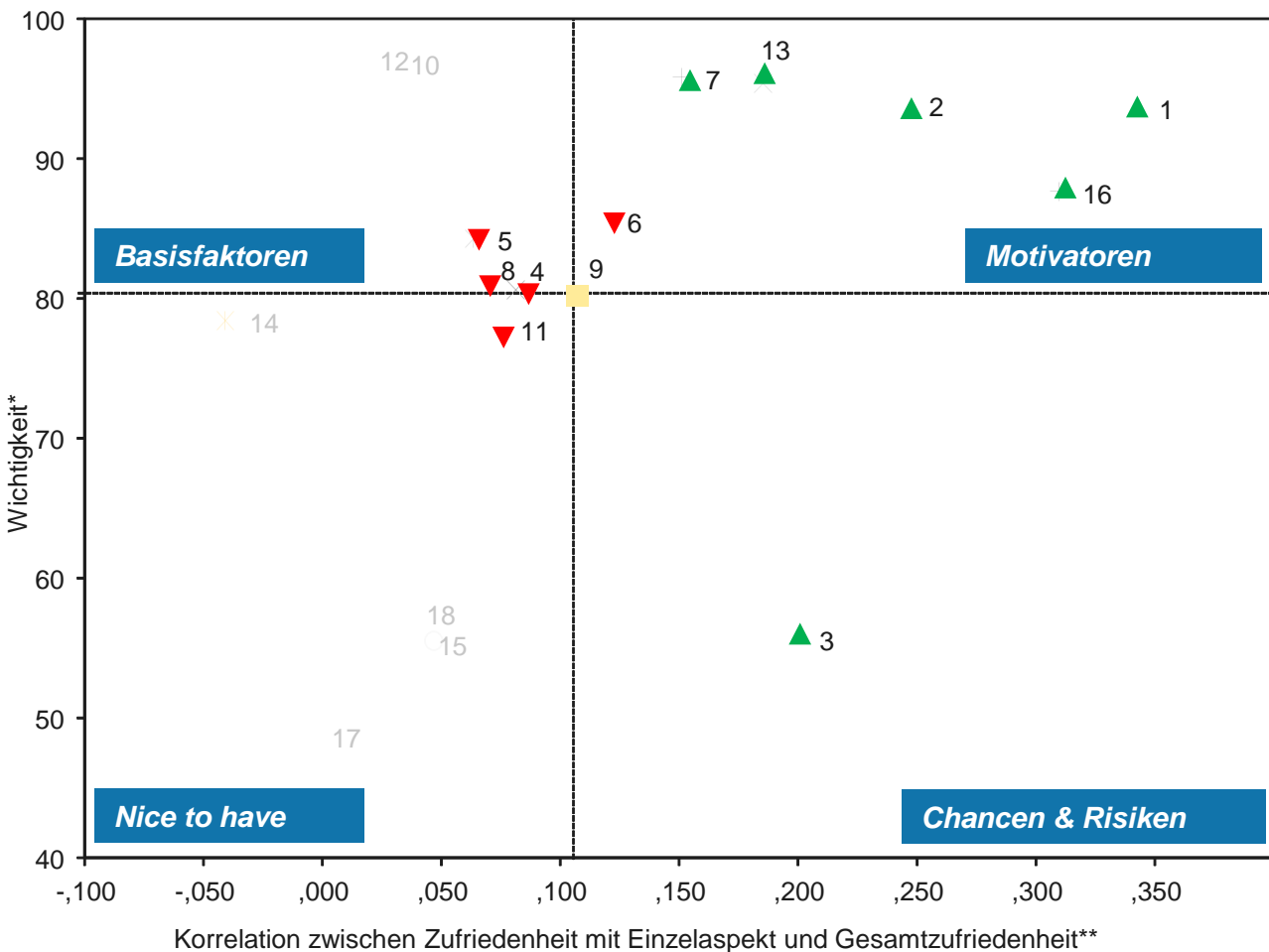


- Das Zufriedenheitsmodell zeigt den Zusammenhang zwischen der verbal geäußerten Wichtigkeit von Aspekten und der Korrelation der Zufriedenheit dieser Aspekte mit der Gesamtzufriedenheit mit dem Museumsbesuch auf.
- Auf der vertikalen **y-Achse** ist dabei der Anteil der Befragten dargestellt, denen der entsprechende Aspekt „sehr wichtig“ oder „wichtig“ ist. Je höher ein Aspekt auf dieser Achse liegt, desto wichtiger ist er für die Befragten im Durchschnitt.
- Auf der horizontalen **x-Achse** ist die Korrelation zwischen der Zufriedenheit mit einem Aspekt und der Gesamtzufriedenheit abgetragen. Je größer der Korrelationskoeffizient ist, desto stärker ist dieser Zusammenhang. Die größte Korrelation lässt sich zwischen der Zufriedenheit mit Ausstellungsdesign /-gestaltung und der Gesamtzufriedenheit beobachten.
- Jeder Aspekt hat zudem entsprechend seines Anteils Zufriedener ein Symbol bzw. eine Farbe. Grün und Dreieck nach oben bedeutet: die Zufriedenheit mit diesem Aspekt ist überdurchschnittlich. Rot und Dreieck nach unten bedeutet: die Zufriedenheit mit diesem Aspekt ist unterdurchschnittlich.
- Die Mittelwerte (y-Achse: Mittelwert der Anteile der Wichtigkeit, x-Achse: Mittelwert der Korrelation über alle Items) teilen das Modell in 4 Quadranten. Im Quadranten rechts oben finden sich z.B. Aspekte, die eine überdurchschnittlich hohe Wichtigkeit haben und deren Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit ebenfalls überdurchschnittlich groß ist. Bis auf die Wegeführung im Museumsgebäude sind die Besucher mit den Aspekten in diesem Quadranten auch überdurchschnittlich zufrieden – ein gutes Zeichen.

Zufriedenheitsmodell: Einfluss der Zufriedenheit mit Einzelaspekten auf die Gesamtzufriedenheit

■ Auch mit den für die Gesamtzufriedenheit wichtigen Aspekten sind die Besucher/innen überdurchschnittlich zufrieden.

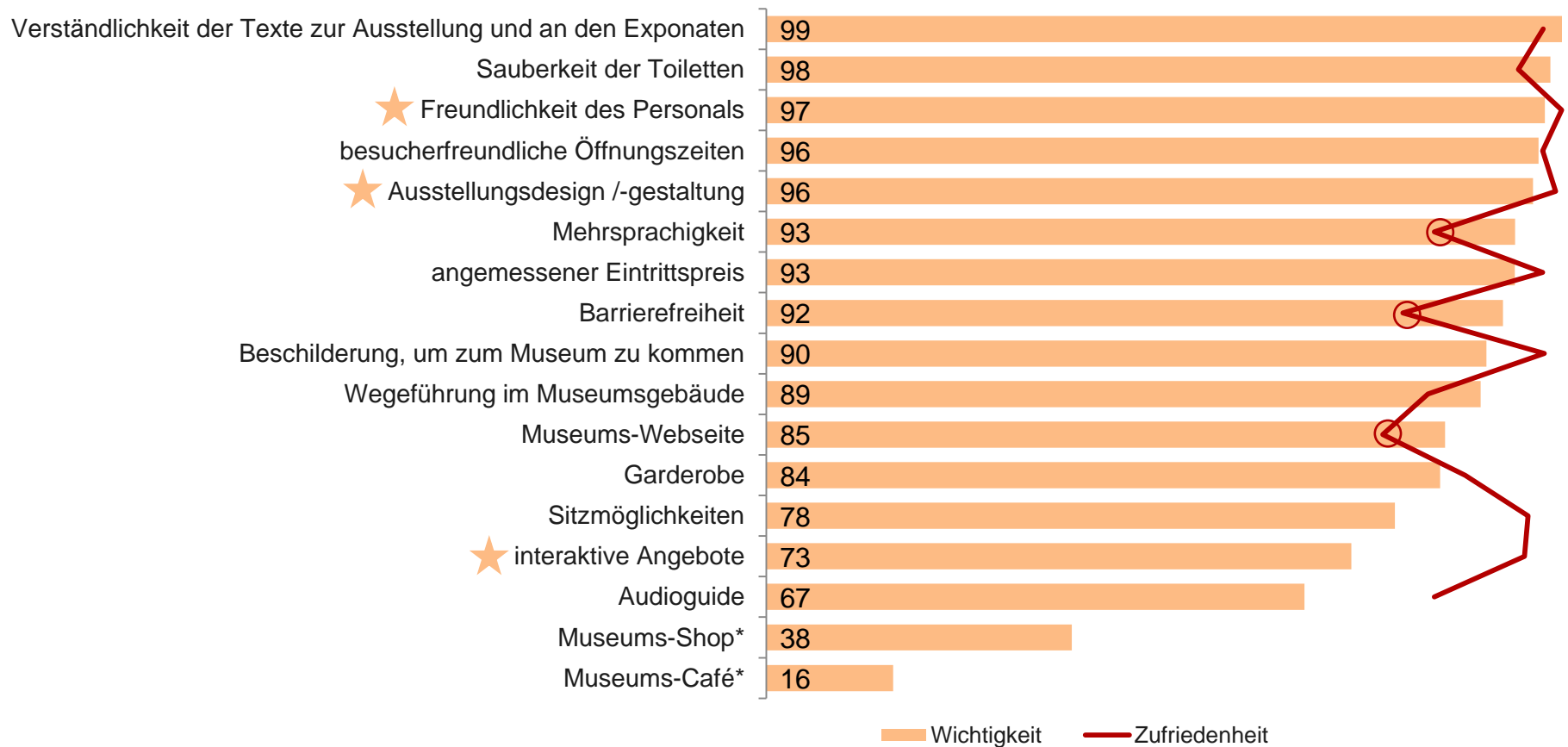
- ▲ Zufriedenheit überdurchschnittlich (90% und mehr)
- Zufriedenheit durchschnittlich (86% bis unter 90%)
- ▼ Zufriedenheit unterdurchschnittlich (unter 86%)



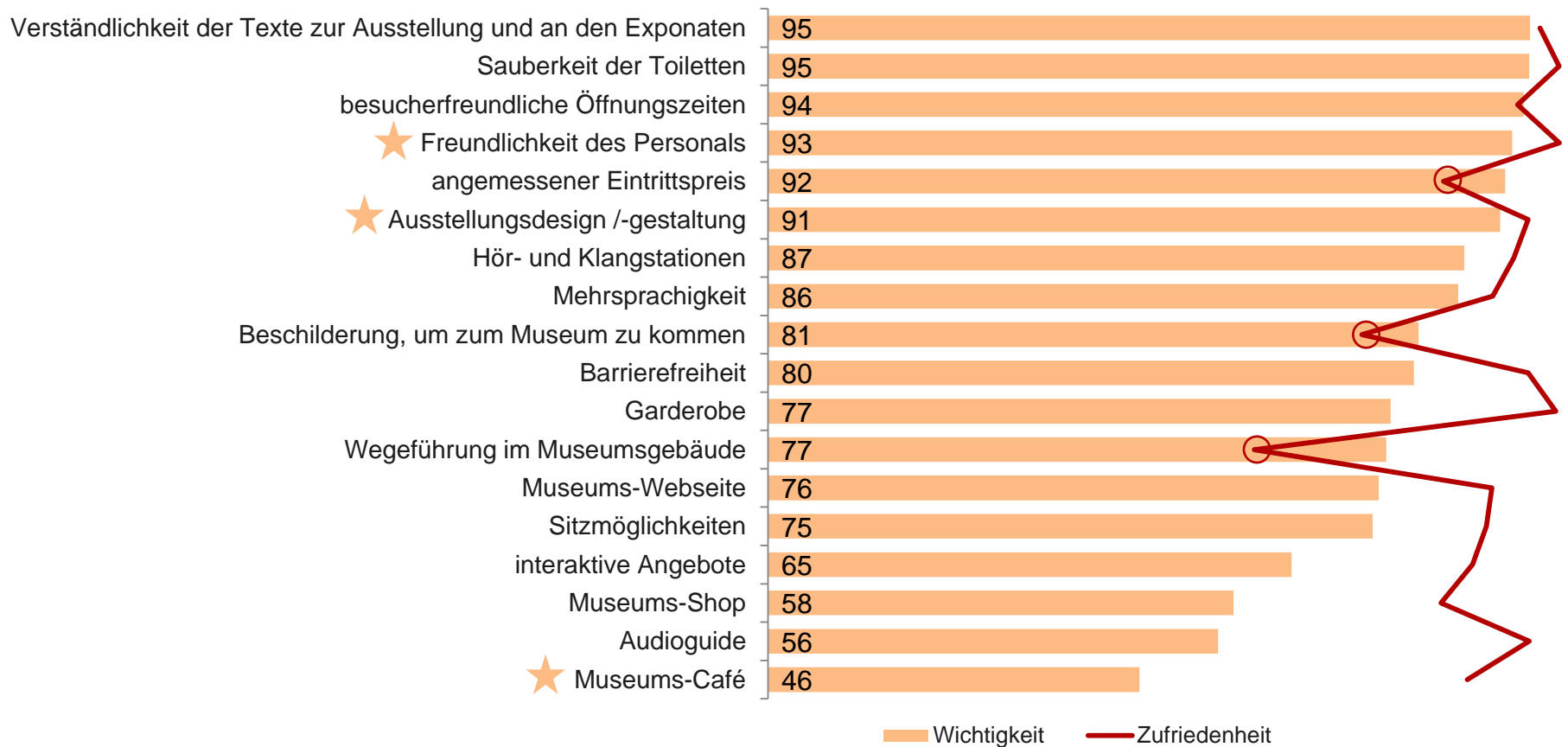
1	Ausstellungsdesign /-gestaltung
2	Verständlichkeit der Texte zur Ausstellung und an den Exponaten
3	Audioguide
4	Mehrsprachigkeit
5	Barrierefreiheit
6	Wegeführung im Museumsgebäude
7	Freundlichkeit des Personals
8	Sitzmöglichkeiten
9	Garderobe
10	Sauberkeit der Toiletten
11	Museums-Website
12	besucherfreundliche Öffnungszeiten
13	angemessener Eintrittspreis
14	Beschilderung, um zum Museum zu kommen
15	interaktive Angebote
16	Hör- und Klangstationen
17	Museums-Café
18	Museums-Shop

*Wichtigkeit: jeweils Skalenwerte 1+2 („sehr wichtig“ und „wichtig“); **Gesamtzufriedenheit: Index aus Gefallen insgesamt und Weiterempfehlung; nicht-signifikante Korrelationen sind grau

- Den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit hat die Zufriedenheit der mit ★ gekennzeichneten Aspekte.
- Die Zufriedenheit mit der Barrierefreiheit, der Mehrsprachigkeit und der Museums-Website sind momentan geringer als die Wichtigkeit dieser Aspekte.

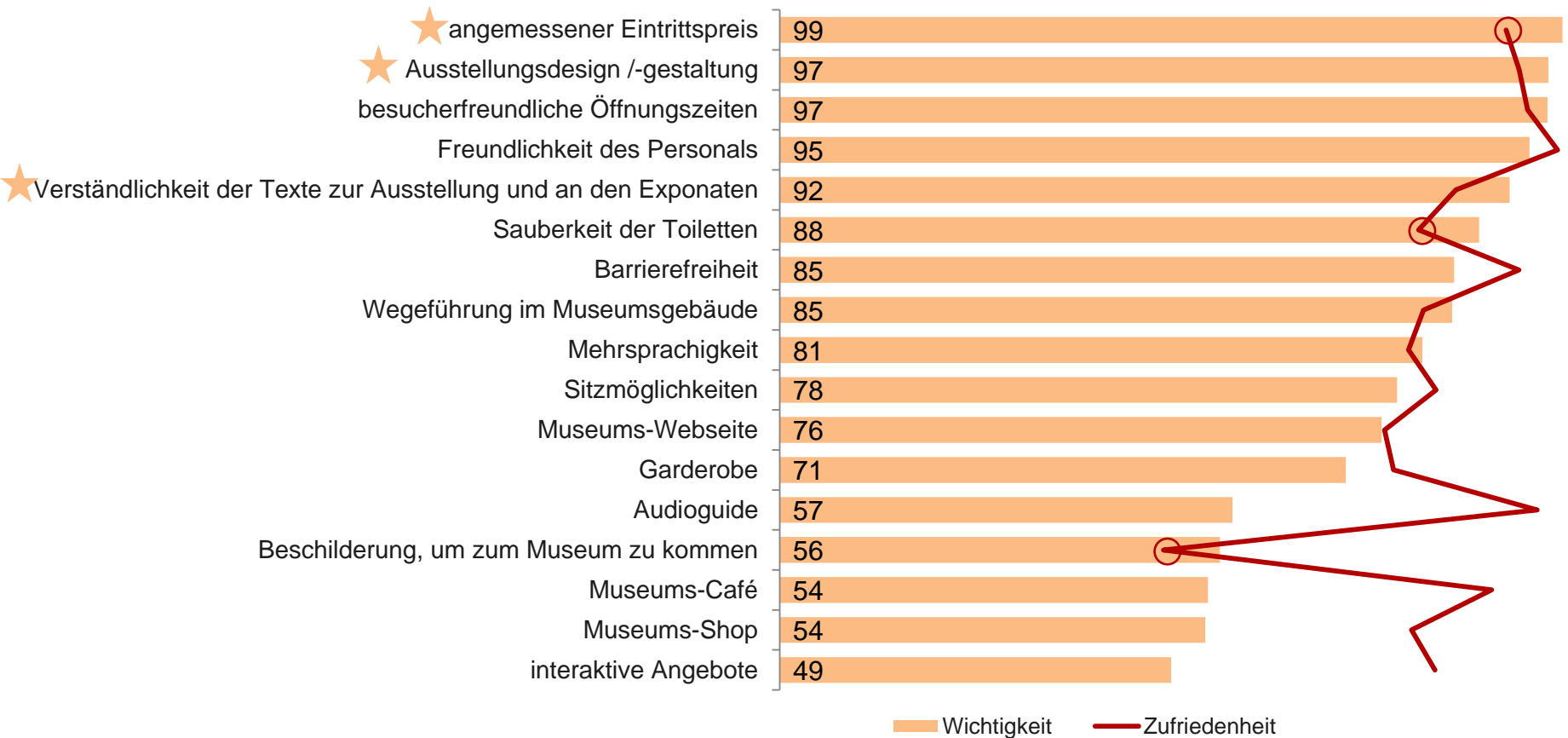


- Den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit hat die Zufriedenheit der mit ★ gekennzeichneten Aspekte.
- Die Zufriedenheit mit der Wegeföhrung im Museumsgebäude, der Beschilderung um zum Museum zu kommen und einem angemessenen Eintrittspreis sind momentan geringer als die Wichtigkeit dieser Aspekte.



Wichtigkeit: jeweils Skalenwerte 1+2 („sehr wichtig“ und „wichtig“); Zufriedenheit : jeweils Skalenwerte 1+2 („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) ; Angaben in Prozent

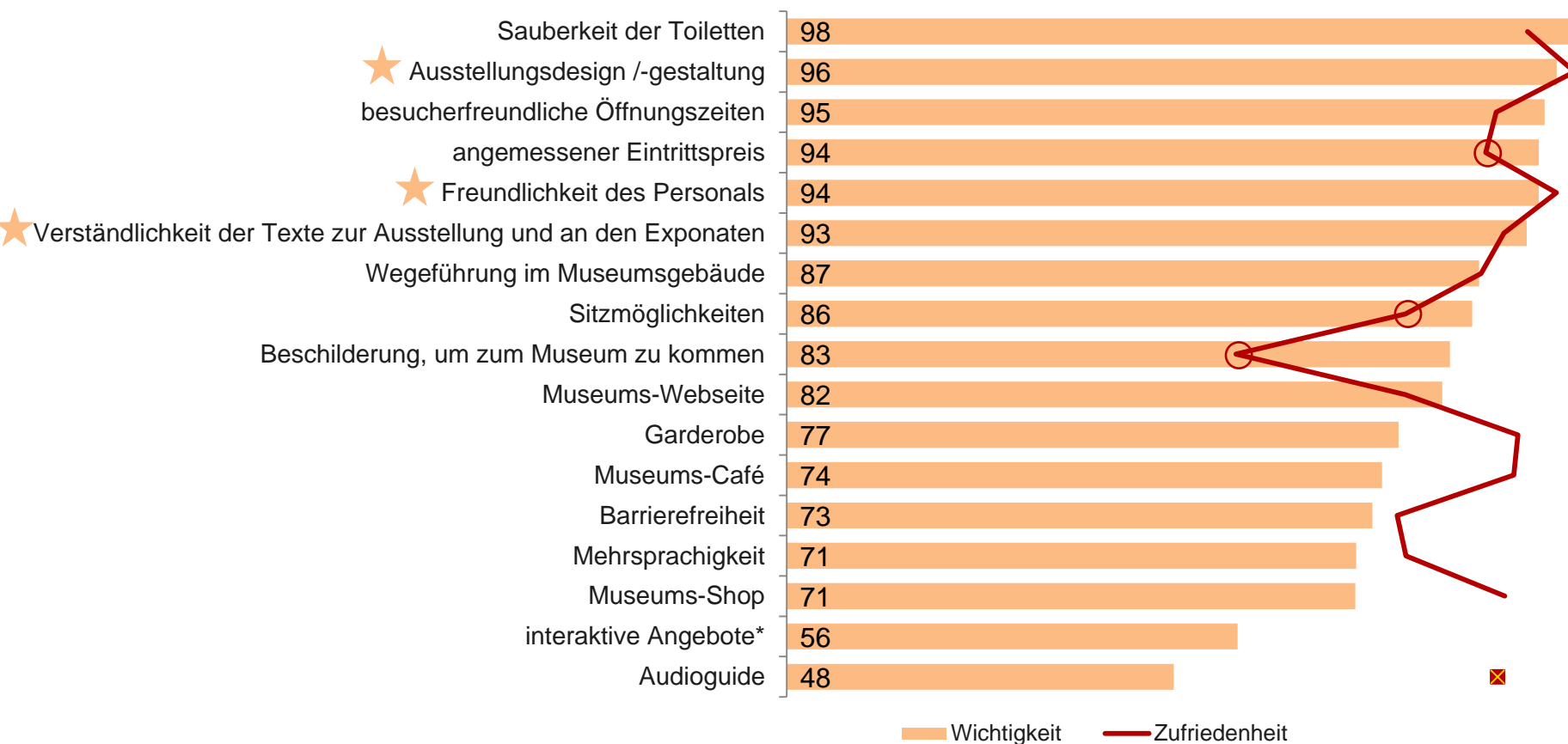
- Den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit hat die Zufriedenheit der mit ★ gekennzeichneten Aspekte.
- Die Zufriedenheit mit einem angemessenen Eintrittspreis, der Sauberkeit der Toiletten und der Beschilderung, um zum Museum zu kommen, sind momentan geringer als die Wichtigkeit dieser Aspekte.



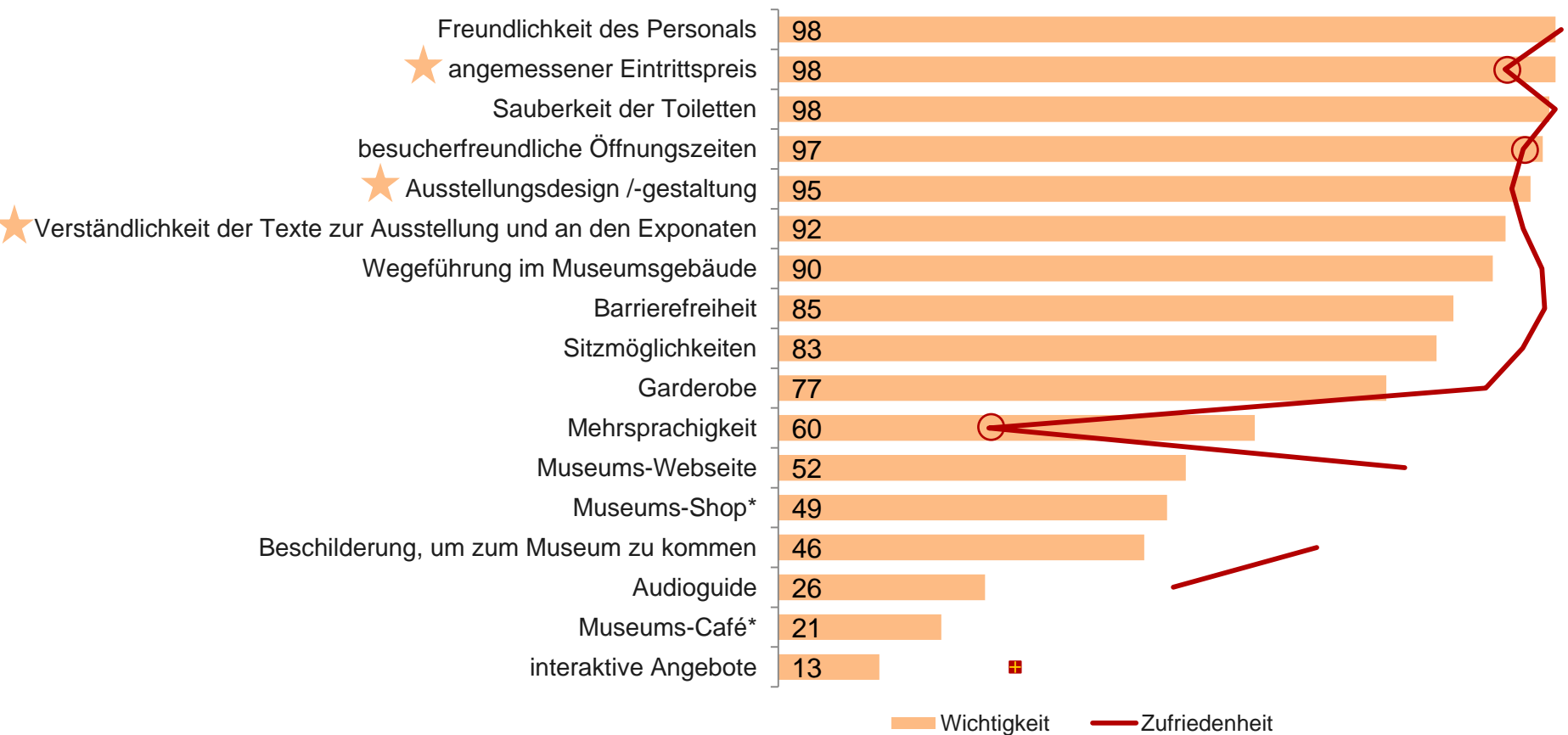
Wichtigkeit: jeweils Skalenwerte 1+2 („sehr wichtig“ und „wichtig“); Zufriedenheit : jeweils Skalenwerte 1+2 („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) ; Angaben in Prozent



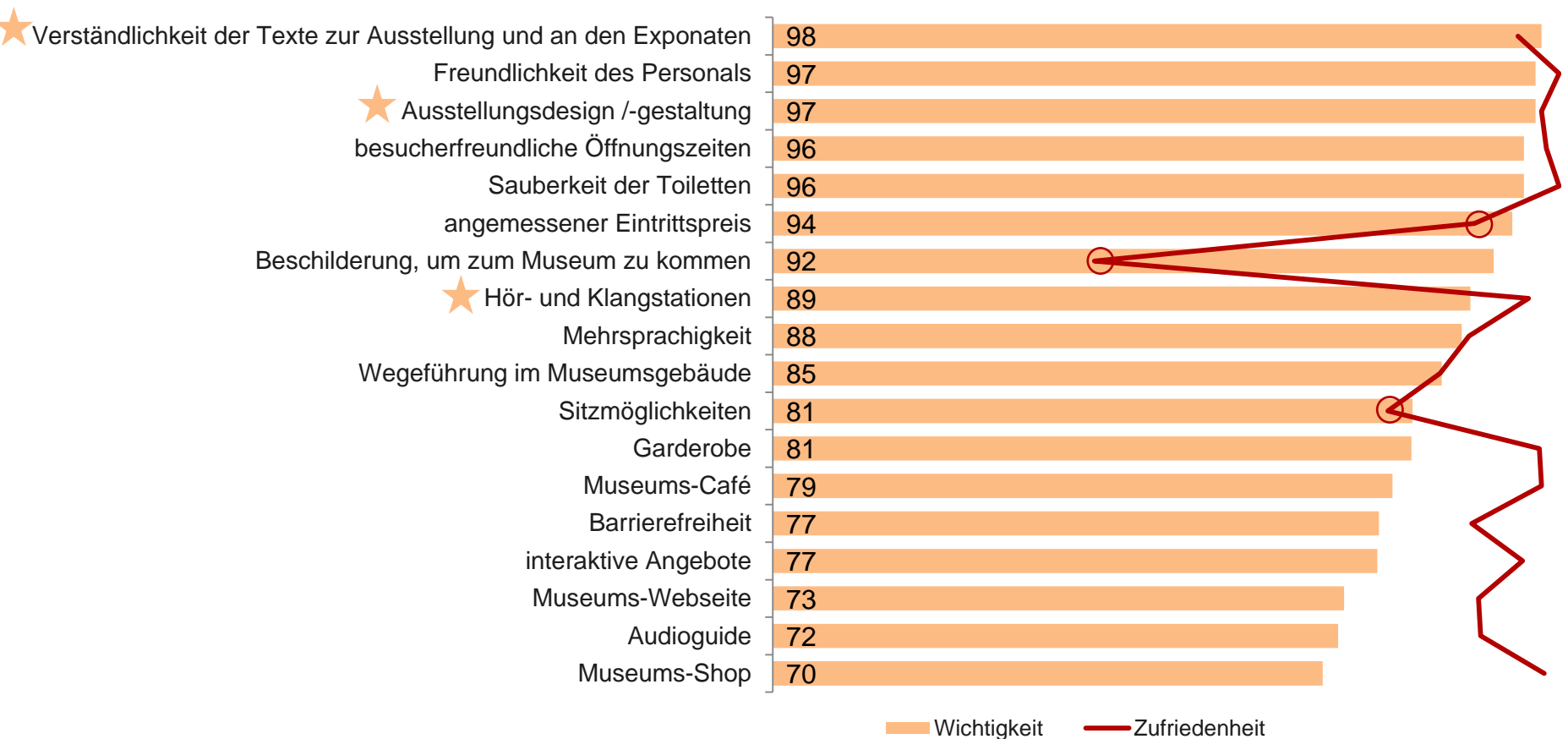
- Den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit hat die Zufriedenheit der mit ★ gekennzeichneten Aspekte.
- Die Zufriedenheit mit der Beschilderung, um zum Museum zu kommen, Sitzmöglichkeiten und einem angemessenen Eintrittspreis sind momentan geringer als die Wichtigkeit dieser Aspekte.



- Den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit hat die Zufriedenheit der mit ★ gekennzeichneten Aspekte.
- Die Zufriedenheit mit der Mehrsprachigkeit, einem angemessenen Eintrittspreis und besucherfreundlichen Öffnungszeiten sind momentan geringer als die Wichtigkeit dieser Aspekte.

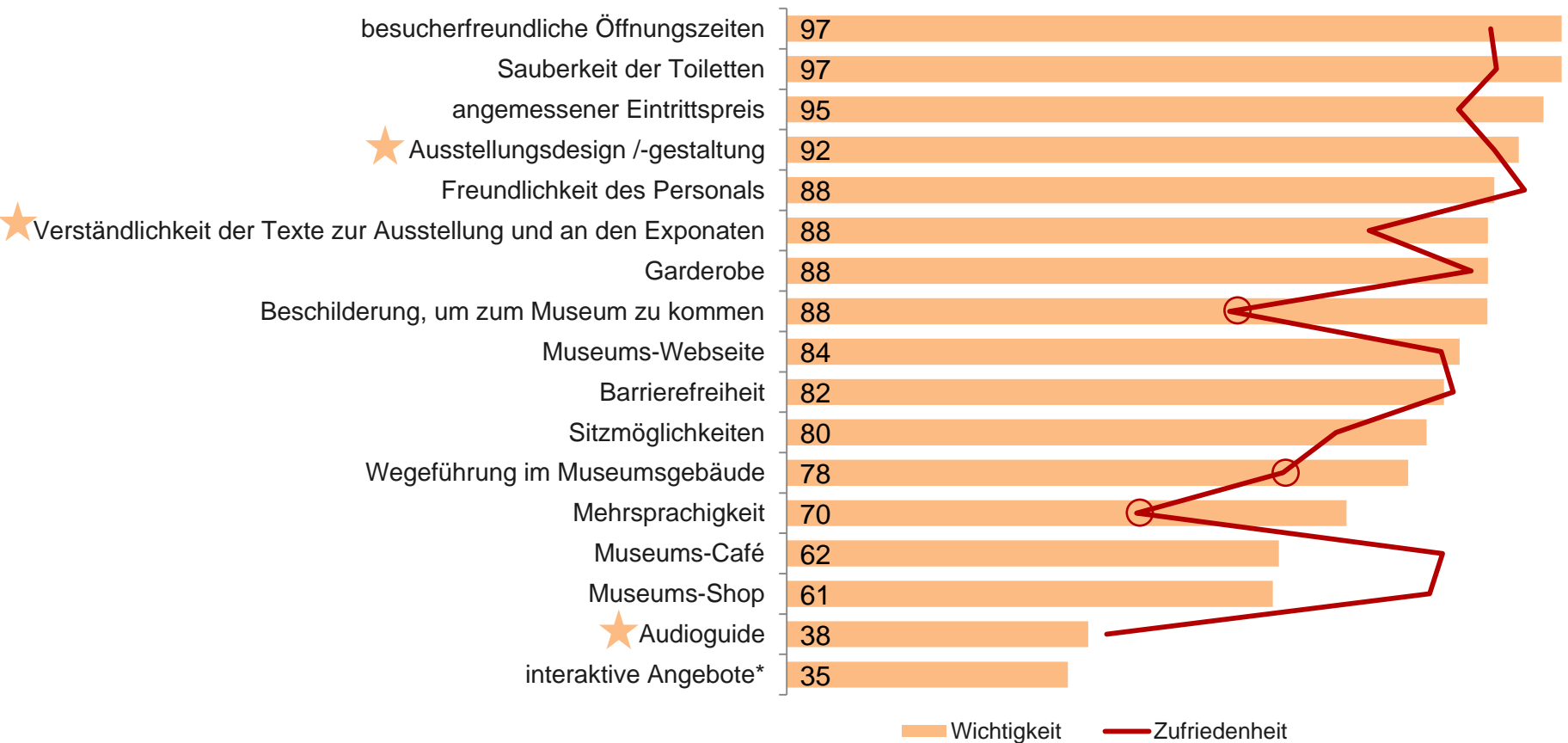


- Den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit hat die Zufriedenheit der mit ★ gekennzeichneten Aspekte.
- Die Zufriedenheit mit der Beschilderung, um zum Museum zu kommen, einem angemessenen Eintrittspreis und Sitzmöglichkeiten sind momentan geringer als die Wichtigkeit dieser Aspekte.



Wichtigkeit: jeweils Skalenwerte 1+2 („sehr wichtig“ und „wichtig“); Zufriedenheit : jeweils Skalenwerte 1+2 („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) ; Angaben in Prozent

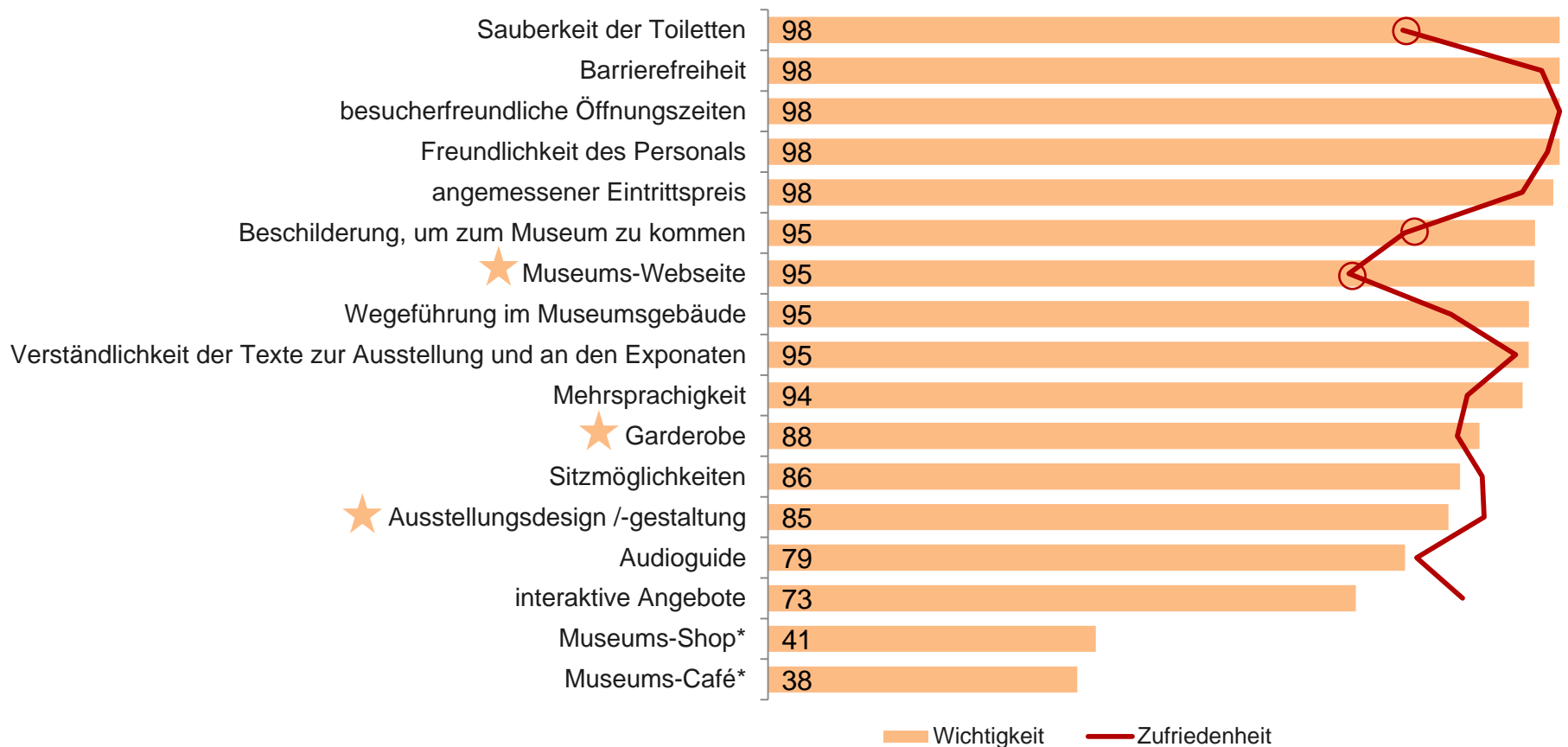
- Den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit hat die Zufriedenheit der mit ★ gekennzeichneten Aspekte.
- Die Zufriedenheit mit der Beschilderung, um zum Museum zu kommen, der Mehrsprachigkeit und der Wegeführung im Museumsgebäude sind momentan geringer als die Wichtigkeit dieser Aspekte.



SGM/ Völkerschlachtdenkmal/Forum 1813



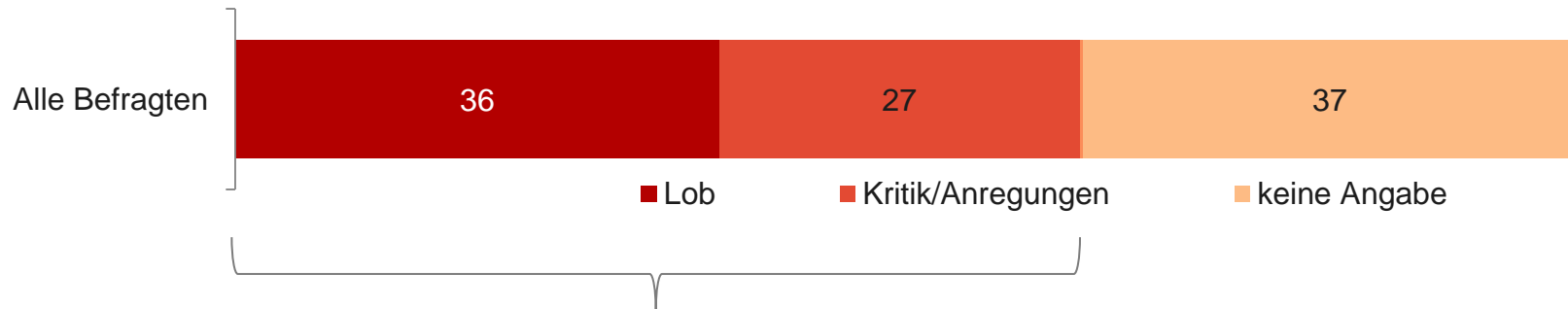
- Den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit hat die Zufriedenheit der mit ★ gekennzeichneten Aspekte.
- Die Zufriedenheit mit der Museums-Website, Beschilderung, um zum Museum zu kommen und der Sauberkeit der Toiletten sind momentan geringer als die Wichtigkeit dieser Aspekte.



Offene Frage zu Gefallen und Nicht-Gefallen



- 67 Prozent der Befragten geben Lob oder Kritik bzw. Anregungen.
- Am häufigsten werden Hinweise zur (inhaltlichen) Ausstellungsgestaltung und zu baulichen Details gemacht.



häufigste Nennungen*: Hinweise zur Ausstellungsgestaltung (41%)
bauliche Hinweise (25%)
generelles Lob (23%)
Interaktivität/ Neue Medien (14%)
Sonstiges (8%)
Hinweise zu Architektur/Restaurierung (6%)

* Basis: 598 Befragte, die eine Angabe bei der offenen Frage machen, Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent



4

Eintrittspreise und Preisgestaltung

Genutzte Eintrittskarte



- 73 Prozent der Befragten haben ein Einzelticket für den Besuch gelöst. Im Bach-Museum und Mendelssohn-Haus liegt der Anteil höher.
- Insgesamt 17 Prozent der Befragten haben für den Eintritt nichts bezahlt, weil sie entweder ein Freiticket hatten (7 Prozent) oder an einem freien Mittwoch befragt wurden (10 Prozent).

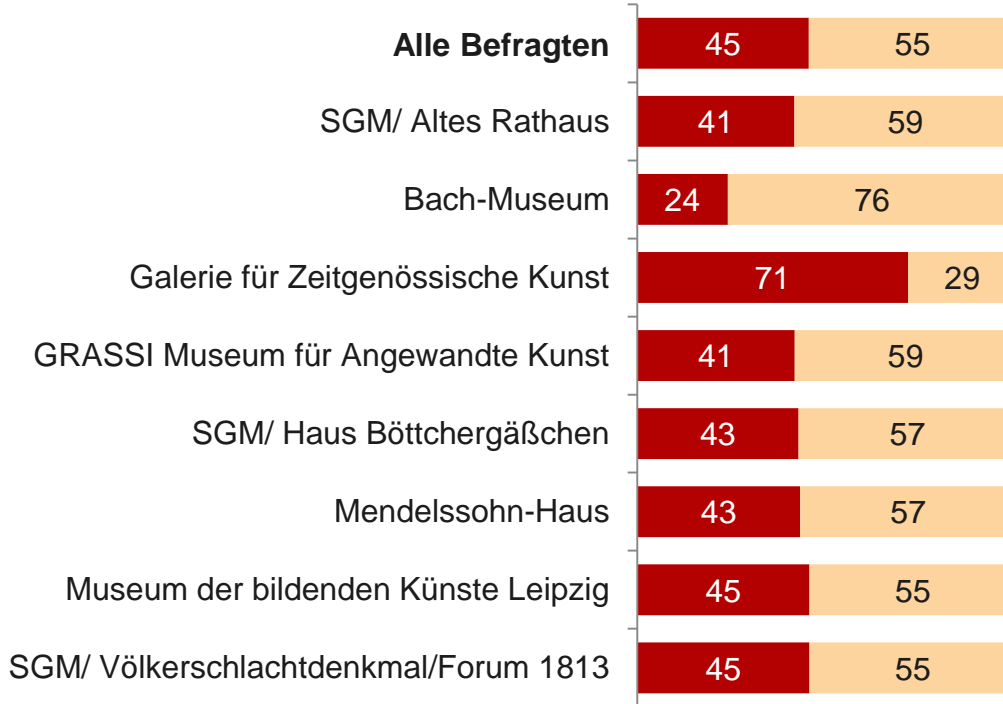
	Einzel- ticket	Grup- pen- ticket	Kombi- ticket	Jahres- karte	Frei- ticket	Abend- ticket	sons- tiges Ticket	Fami- lien- ticket	freier Mitt- woch
Alle Befragten	73	3	3	0	7	0	2	2	10
SGM/ Altes Rathaus	72	5	1	0	8	1	4	0	10
Bach-Museum	89	5	0	0	6	0	0	0	0
Galerie für Zeitgenössische Kunst	45	2	11	0	2	0	4	0	37
GRASSI Museum für Angewandte Kunst	73	4	4	1	7	0	5	0	5
SGM/ Haus Böttchergäßchen	76	0	0	0	6	1	3	0	15
Mendelssohn-Haus	88	0	0	0	12	0	0	0	0
Museum der bildenden Künste Leipzig	70	2	4	1	14	1	2	0	8
SGM/ Völkerschlachtdenkmal/Forum 1813	74	6	0	0	0	0	2	18	0

Angaben in Prozent

Gezahlter Eintrittspreis



- 45 Prozent der Befragten haben eine Ermäßigung auf ihre Eintrittskarte erhalten.*
- Durchschnittlich bezahlten Befragte mit einer Ermäßigung 4,86 Euro, Befragte ohne Ermäßigung 6,68 Euro Eintritt.



■ ermäßigter Eintritt ■ kein ermäßigter Eintritt

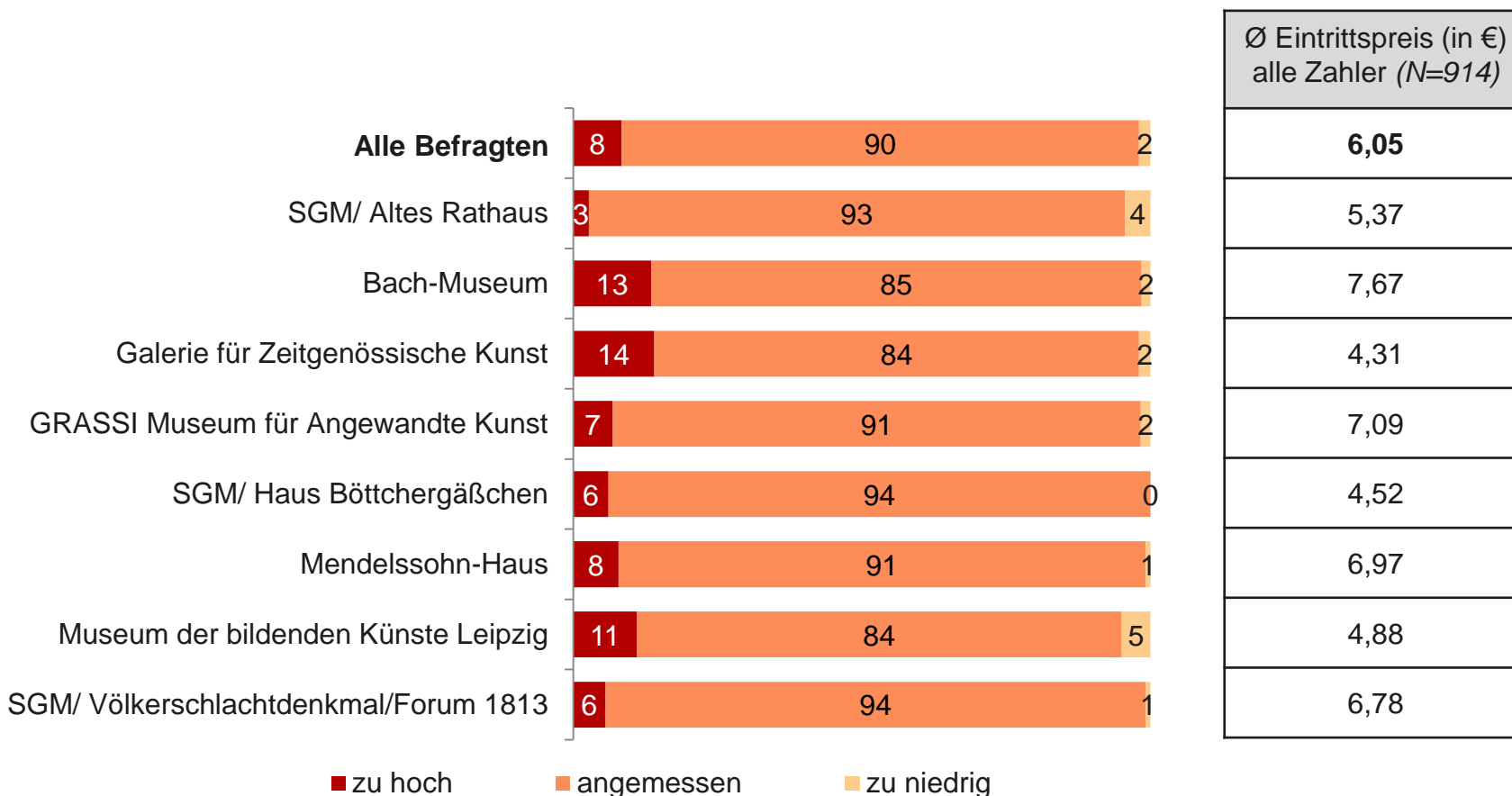
Ø Eintrittspreis (in €)				
mit Ermäßigung und eintrittsfrei (n=492)	mit Ermäßigung (n=307)	ohne Ermäßigung (n=603)	alle Zahler (n=914)	Gesamt (N=1095)
3,03	4,86	6,68	6,05	5,03
2,33	4,09	6	5,37	4,41
4,72	6,29	8	7,67	7,22
1,70	3,83	5	4,31	2,64
3,79	5,45	8	7,09	6,20
1,74	3,36	5	4,52	3,59
4,34	6,00	7,50	6,97	6,14
2,42	4,60	5	4,88	3,83
5,26	5,26	8	6,78	6,78

* Als Ermäßigung wurden ermäßigte Einzeltickets, ermäßigte sonstige Tickets und folgende weitere Tickets definiert: Gruppenticket, Kombiticket, Jahreskarte, Freiticket, Abendticket, Familienticket und freier Mittwoch; Angaben in Prozent (Balkendiagramm) und in € (Tabelle)

Beurteilung des gezahlten Eintrittspreises



- 90 Prozent der Befragten die tatsächlich Eintrittsgeld gezahlt haben, fanden den Eintrittspreis angemessen.
- In der GfZK, im Bach-Museum und im MdbK empfanden jeweils mehr als 10 Prozent den Eintrittspreis als zu hoch.

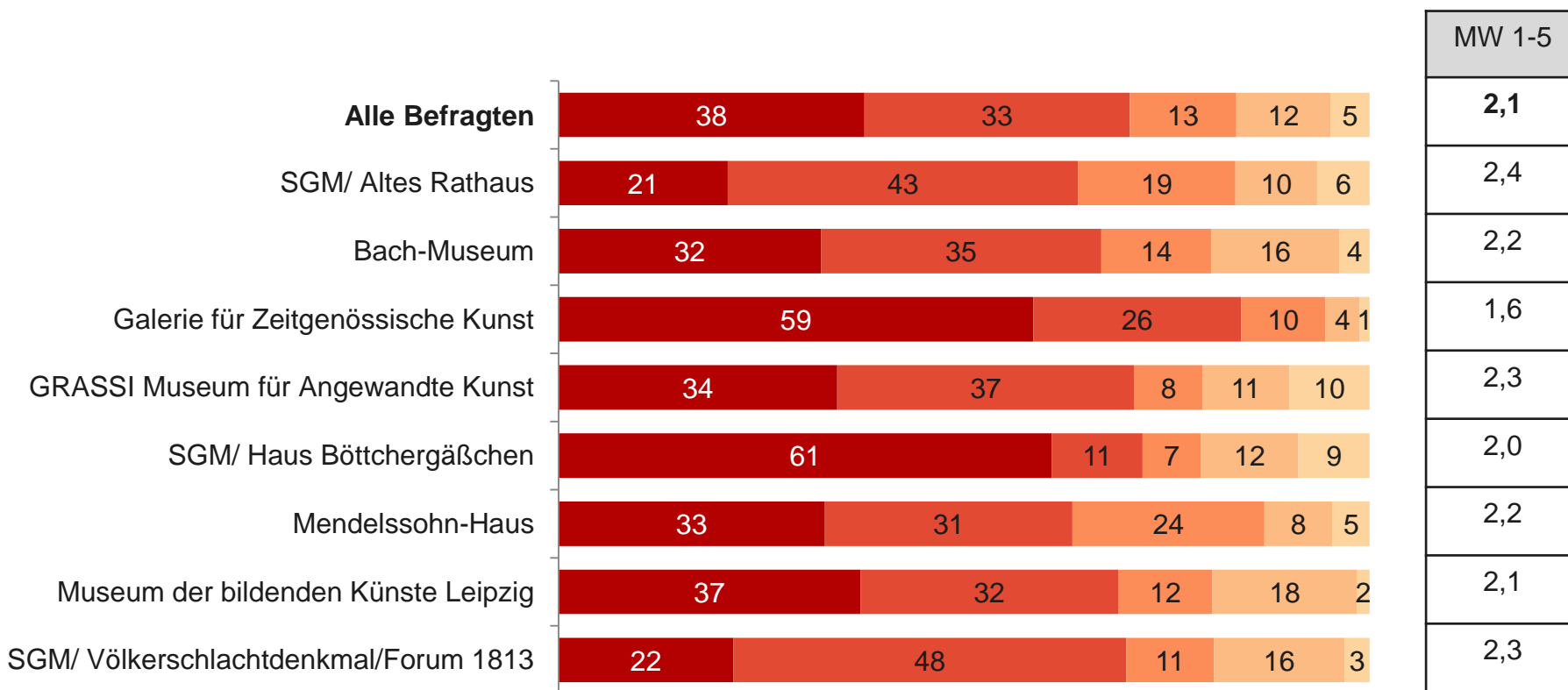


Basis: nur Befragte, die tatsächlich Eintrittsgeld bezahlt haben; Angaben in Prozent (Balkendiagramm) und in € (Tabelle)

Beurteilung „Zahle so viel du willst-Tag“



- Der „Zahle so viel du willst-Tag“ wird von den Besuchern mehrheitlich befürwortet. 71 Prozent gefällt diese Idee sehr gut oder gut.
- Besonders positiv wird diese Idee von den Besuchern der GfZK und dem SGM/ Haus Böttchergäßchen beurteilt, etwas verhaltener von Besuchern des SGM/ Alte Rathaus.



■ gefällt mir sehr gut ■ gefällt mir gut ■ teils/teils ■ gefällt eher nicht so gut ■ gefällt mir überhaupt nicht

Angaben in Prozent und Mittelwert (MW)

Höhe des selbst festgelegten Eintrittspreises



- Die Äußerungen der Besucher lassen darauf schließen, dass ein „Zahle so viel du willst-Tag“ zu keinen Umsatzeinbußen führen würde. Inwieweit dies realisiert wird, wenn ein solcher Tag eingeführt würde, lässt sich schwer einschätzen.

	Tatsächlich gezahlter Eintrittspreis (in €)				Selbst festgelegter Eintrittspreis (in €)				Differenz (in €)	
	mit Ermäßigung	ohne Ermäßigung	alle Zahler	Gesamt	mit Ermäßigung	ohne Ermäßigung	alle Zahler	Gesamt	ohne Ermäßigung	alle Zahler
	(n=307)	(n=603)	(n=914)	(N=1095)	(n=298)	(n=592)	(n=894)	(N=1065)		
Alle Befragten	4,86	6,68	6,05	5,03	6,38	7,28	6,98	6,77	0,60	0,93
SGM/ Altes Rathaus	4,09	6	5,37	4,41	7,33	7,44	7,41	7,37	1,44	2,04
Bach-Museum	6,29	8	7,67	7,22	7,83	8,42	8,30	8,29	0,42	0,63
Galerie für Zeitgenössische Kunst	3,83	5	4,31	2,64	5,16	5,47	5,35	5,15	0,47	1,04
GRASSI Museum für Angewandte Kunst	5,45	8	7,09	6,20	7,36	7,31	7,33	7,20	-0,69	0,24
SGM/ Haus Böttchergäßchen	3,36	5	4,52	3,59	4,22	5,53	5,17	4,93	0,53	0,65
Mendelssohn-Haus	6,00	7,50	6,97	6,14	6,30	7,66	7,18	7,30	0,16	0,21
Museum der bildenden Künste Leipzig	4,60	5	4,88	3,83	5,39	6,90	6,44	6,34	1,90	1,56
SGM/ Völkerschlachtdenkmal Forum 1813	5,26	8	6,78	6,78	7,24	8,40	7,88	7,88	0,40	1,10

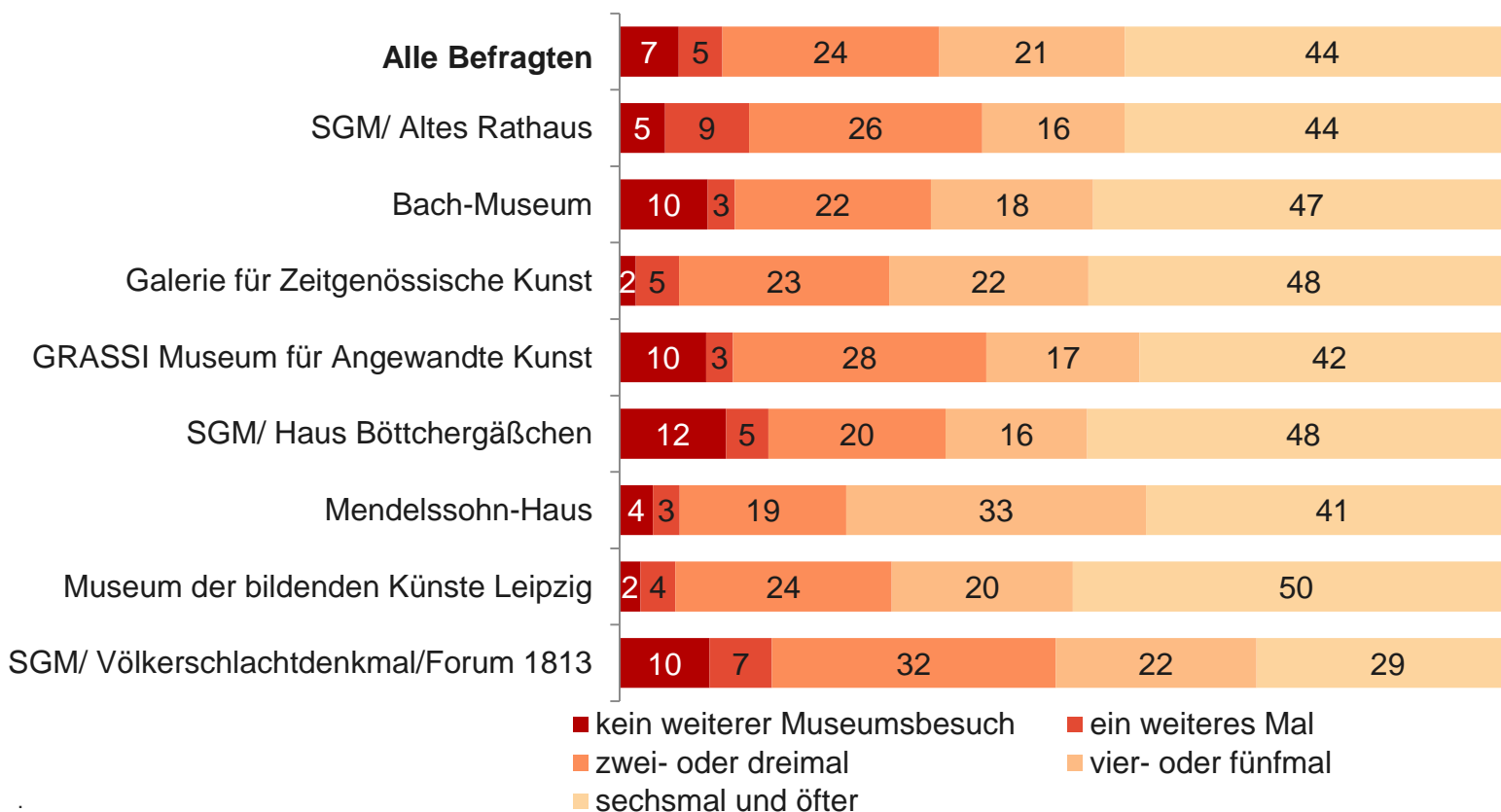
5

Besuch anderer (Leipziger)
Museen

Museumsbesuche (auch außerhalb) in den letzten 12 Monaten



- 65 Prozent der befragten Besucher/innen haben im vergangenen Jahr mindestens 4 Museen besucht. Besonders museumsaffin sind demnach die Besucher/innen des Mendelssohn-Hauses und der GfZK.
- Die Besucher des SGM/ Völkerschlachtdenkmals gehen hingegen etwas seltener auch in andere Museen.



Angaben in Prozent

Besuche anderer Museen in Leipzig in den letzten 12 Monaten*



- Von Mehrfachbesuchen profitieren besonders das GRASSI MAK und das MdbK.



häufigste Nennungen „anderes Museum“: Zeitgeschichtliches Forum (11%), Museum in der „Runden Ecke“ (5%)

* Basis: anderes Museum in Leipzig wurde 2016 besucht (n=584), ohne Besuch des Museums, in dem befragt wurde, Mehrfachnennungen, Angaben in Prozent



6

Zusammenfassung



- Im Durchschnitt ist ein(e) Leipziger Museumsbesucher(in) 48 Jahre. 29 Prozent der Besucher/innen kommen aus Leipzig, 19 Prozent aus dem Ausland.
- Das Bildungsniveau der Besucher/innen ist sehr hoch. 62 Prozent haben einen Hochschul-/ Universitäts-/ oder Fachhochschulabschluss.
- 14 Prozent der Befragten die nicht in Leipzig wohnen (entspricht 10 Prozent aller Befragten) sind extra wegen des Museumsbesuchs nach Leipzig gekommen.
- Die durchschnittliche Besuchsdauer beträgt knapp 1,5 Stunden.
- Die Zufriedenheit mit dem Museumsbesuch ist sehr hoch: 70 Prozent der Befragten hat der Museumsbesuch „sehr gut“, weiteren 27 Prozent „gut“ gefallen. Entsprechend hoch ist die Weiterempfehlungsabsicht: 83 Prozent würden ihren Besuch „auf jeden Fall“ weiterempfehlen.
- Auch mit den abgefragten Teilaspekten des Besuchs sind die Befragten in der Mehrzahl (sehr zufrieden). Verbesserungsbedarf sehen sie noch am ehesten bei der Beschilderung, um zum Museum zu kommen und der Wegeführung im Museumsgebäude.
- 55 Prozent der Befragten haben ein Eintrittsticket ohne Ermäßigung erworben, 28 Prozent ein ermäßigtes, 7 Prozent nutzten ein Freiticket, 10 Prozent wurden an einem freien Mittwoch befragt. Der Eintrittspreis wird von 90 Prozent der Befragten als angemessen beurteilt.
- Die Idee eines „Zahle so viel du willst-Tages“ gefällt der Mehrheit der Besucher/innen „(sehr) gut“. An einem solchen Tag würden die Besucher/innen entsprechend ihren Angaben sogar etwas mehr Eintritt bezahlen.



7

Untersuchungsdesign

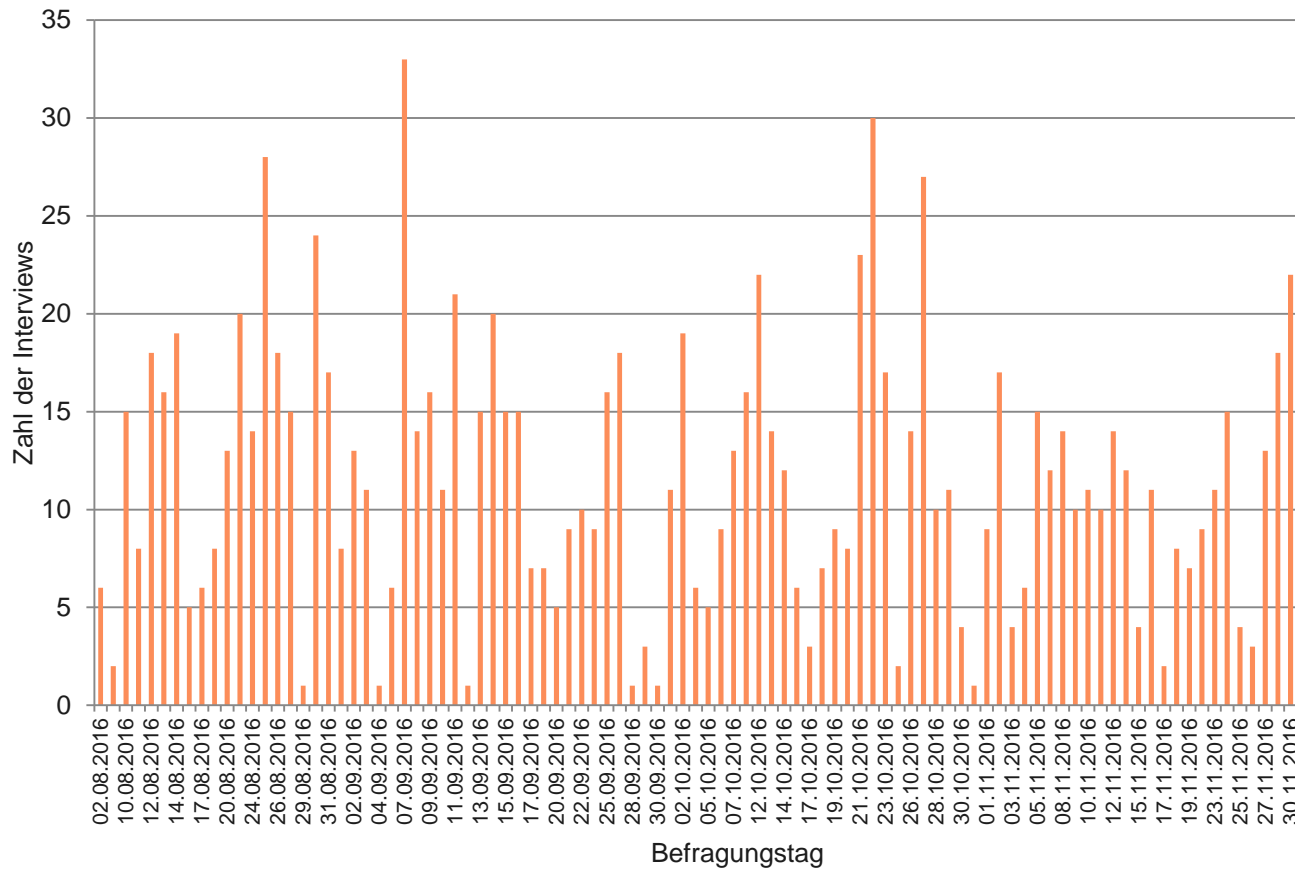


- Art: mündliche Befragung vor Ort (Face-to-Face)
- Fragebogen: 2-seitig in deutsch
Bereitstellung aller Fragen auch in englischer Sprache
- Feldphase: 2. August bis 30. November 2016
Dienstag bis Sonntag (unter Beachtung von Werk- und Feiertagen, Ferien oder Veranstaltungstagen)
- Interviews: 960 Interviews durch 5 externe Interviewer und
139 museumsinterne Interviews
Durchführung der Interviews mit den Besuchern unmittelbar nach dem Museumsbesuch
- Auftraggeber: Kulturamt, Stadt Leipzig
- Durchführung: Amt für Statistik und Wahlen, Stadt Leipzig

Verteilung der Interviews über die Feldzeit



■ In den 4 Monaten der Feldzeit wurden insgesamt 1099 Interviews realisiert



Museum	Zahl der Iv's
SGM/ Altes Rathaus	140
Bach-Museum	134
GfZK	168
GRASSI MAK	135
SGM/ Haus Böttchergäßchen	127
Mendelssohn-Haus	135
MdbK	130
SGM/ Völkerschlachtdenkmal/Forum 1813	130
Gesamt	1099



Besucherbefragung 2016

1. Wie hat Ihnen der Besuch im Museum XYZ heute insgesamt gefallen?

sehr gut gut teils/teils schlecht sehr schlecht

2. Würden Sie einen Besuch im Museum XYZ weiterempfehlen?

Ja, auf jeden Fall Ja, eher teils/teils nein, eher nicht nein, überhaupt nicht

3. Wie lange haben Sie sich heute im Museum XYZ aufgehalten? Minuten

4. Wie oft haben Sie das Museum XYZ schon besucht?

bin das erste Mal hier zwei- oder dreimal vier- oder fünfmal sechsmal und öfter

5. Haben Sie das Museum XYZ heute hauptsächlich wegen der ständigen Ausstellung, wegen der Sonderausstellung oder wegen einer Veranstaltung besucht?

wegen der ständigen Ausstellung wegen einer Sonderausstellung wegen einer Veranstaltung

6. Wie sind Sie auf das Museum XYZ aufmerksam geworden?

war schon einmal/ häufiger dort Internet Tourist-Information
 bin daran vorbeigekommen/-gefahren Social Media (z.B. Facebook) Reiseführer/ Buch über die Region
 Tageszeitungen/ Zeitschriften Radio Sonstiges
 Werbung (Plakate/ Anzeigen) Fernsehen
 Flyer/ Prospekte Empfehlung von Freunden/ Bekannten

7. Wie wichtig sind Ihnen beim Besuch eines Museums allgemein die folgenden Aspekte und wie zufrieden sind Sie nach Ihrem heutigen Besuch hier im Museum XYZ mit diesen Aspekten?

	Wichtigkeit allgemein					Zufriedenheit im Museum XYZ					
	sehr wichtig	wichtig	teils wichtig	eher unwichtig	sehr unwichtig	sehr zufrieden	zufrieden	teils zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden	kann ich nicht beurteilen
a) Freundlichkeit des Personals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Ausstellungsdesign /-gestaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Verständlichkeit der Texte zur Ausstellung und an den Exponaten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Interaktive Angebote	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Audioguide	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f) Wegführung im Museumsgebäude	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g) Beschilderung, um zum Museum zu kommen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
h) Mehrsprachigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
i) Barrierefreiheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
j) Garderobe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
k) Sauberkeit der Toiletten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
l) Sitzmöglichkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
m) besucherfreundliche Öffnungszeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
n) Museums-Webseite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
o) Museums-Café	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
p) Museums-Shop	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
q) Museums-Webseite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
r) angemessener Eintrittspreis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Was gefiel Ihnen beim Besuch des Museums XYZ besonders gut? Was haben Sie vermisst? Hier haben Sie die Möglichkeit, uns etwas mitzuteilen.

9. Mit welcher Eintrittskarte haben Sie das Museum XYZ heute besucht?

Einzelticket Kombi ticket Freiticket sonstiges Ticket
 Gruppenticket Jahreskarte Abendticket

10. Haben Sie eine Ermäßigung auf Ihre Eintrittskarte erhalten?

ja nein

11. Wie beurteilen Sie den Eintrittspreis für das Museum XYZ, den Sie heute gezahlt haben?

angemessen zu hoch zu niedrig hatte eine Freikarte

12. Was halten Sie von der Idee, an einem Tag im Monat selbst entscheiden zu können, wie viel Sie für den Besuch des Museums XYZ bezahlen ("Zähle so viel du willst-Tag")?

gefällt mir sehr gut gefällt mir gut teils/teils gefällt eher nicht so gut gefällt mir überhaupt nicht

13. Wenn Sie den Preis für den heutigen Museumsbesuch selbst festlegen könnten, wie viel wären Sie bereit dafür zu zahlen (in Euro)? Euro

14. Wie oft sind Sie in den letzten 12 Monaten in einem Museum (auch außerhalb Leipzigs) gewesen?

kein weiterer Museumsbesuch in den letzten 12 Monaten -> Frage 16 zwei- oder dreimal sechsmal und öfter
 ein weiteres Mal vier- oder fünfmal

15. Welche der folgenden Museen haben Sie in den letzten 12 Monaten in Leipzig besucht?

Naturkundemuseum Schülerhaus Galerie für Zeitgenössische Kunst
 Haus Böttcherböschchen (Stadgeschichtliches Museum) Haus Böttcherböschchen (Kindermuseum) GRASSI Museum für Angewandte Kunst
 Museum der bildenden Künste Coffe Baum anderes Museum
 Altes Rathaus Bach-Museum
 Völkerschlachtdenkmal (Forum 1813) Mendelssohn-Haus

Nun geht es noch einmal um Ihren heutigen Besuch im Museum XYZ:

Zur Auswertung des Fragebogens benötigen wir noch folgende Angaben zu Ihrer Person:

16. Sind Sie... männlich weiblich?

17. Wie alt sind Sie? Jahre

18. Welchen beruflichen Abschluss haben Sie (bisher)?

(noch) ohne abgeschlossene Berufsausbildung Meister-/Technikerausbildung oder Fachschulabschluss (auch der ehem. DDR)
 abgeschlossene Berufsausbildung, Teilfacharbeiter/-in Hochschul-/Universitäts-/Fachhochschulabschluss

19. Haben Sie das Museum XYZ allein oder in Begleitung besucht? allein in Begleitung

20. Wohnen Sie in Deutschland oder im Ausland? Deutschland Ausland -> Frage 22

21. Bitte geben Sie die Postleitzahl Ihres Wohnortes an.

22. Wenn Sie nicht aus Leipzig kommen: Sind Sie extra wegen des Besuchs im Museum XYZ nach Leipzig gekommen?

ja nein

23. Bitte geben Sie das Datum (TTMM) Ihres Besuchs an. TT(Tag) MM(Monat)

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!



Stadt Leipzig

Amt für Statistik und Wahlen

04092 Leipzig

Tel.: +49 (341) 123-2847

Fax.: +49 (341) 123-2805

www.leipzig.de

