

MITTEILUNGEN
und BERICHTE

Nr. 55

Prof. Dr. Tibor Kliment

Der freie Eintritt im
Museum:
Auswirkungen auf die
Publikumsgewinnung,
Einnahmen und umge-
benden Museen im
Kontext des Humboldt
Forum Berlin

aus dem

**Institut für
Museums-
forschung**



© Stiftung Humboldt Forum im Berliner Schloss / Architekt: Franco Stella mit FS HUF PG

Prof. Dr. Tibor Kliment
Prof. für Empirisches Medien- und Kulturmarketing
Köln, im Juli 2019

Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumsforschung

ISSN 1436-4166 Nr. 55

In dieser Reihe werden aktuelle Forschungsergebnisse, Arbeitsberichte und Handreichungen zur Museumsforschung publiziert. Sie ergänzt damit die „Materialien aus dem Institut für Museumsforschung“ und wird interessierten Fachleuten auf Anfrage kostenlos zur Verfügung gestellt.

Eine Liste aller lieferbaren Publikationen des Instituts für Museumsforschung befindet sich am Ende dieses Heftes.

Institut für Museumsforschung
Staatliche Museen zu Berlin –
Preußischer Kulturbesitz
In der Halde 1
14195 Berlin (Dahlem)
Telefon (030) 8301 460
Telefax (030) 8301 504
E-Mail: ifm@smb.spk-berlin.de

Inhaltsverzeichnis

1.	Hintergrund und Ziel des Gutachtens	4
2.	Vorgehensweise	5
3.	Erfahrungen mit dem freien Eintritt im Ausland.....	5
3.1	Der freie Eintritt in Großbritannien	5
3.2	Der freie Eintritt in den USA	7
3.3	Der freie Eintritt in Frankreich	9
3.4	Der freie Eintritt in Schweden.....	10
4.	Der freie Eintritt in Deutschland	11
4.1	Die Auswirkungen des freien Eintritts auf den Museumsbesuch	11
4.2	Auswirkungen auf die Diversität der Besucher	14
4.3	Wirkungen des freien Eintritts auf den Besuchsmodus und das Museumsimage	15
5.	Die Wirkungen des freien Eintritts auf die Sekundärausgaben der Besucher	15
6.	Die Wirkungen des freien Eintritts auf den Besuch anderer Museen in Berlin	17
7.	Auswirkungen des freien Eintritts auf andere Museen in Deutschland	20
8.	Bewertung und Schlussfolgerungen.....	22
9.	Abschließende Empfehlungen	24
	Literatur	26

1. Hintergrund und Ziel des Gutachtens

Nach einer Entscheidung der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) soll der Eintritt für das im Herbst 2019 in Berlin zu eröffnende HUMBOLDT FORUM zunächst auf drei Jahre ganz oder in Teilen kostenfrei gestellt werden. Dabei handelt es sich um einen Pilotversuch, dem bundesweit Modellcharakter zukommen soll. Die STIFTUNG PREUBISCHER KULTURBESITZ bzw. die BKM beauftragten in diesem Kontext die Erstellung eines Gutachtens mit dem Ziel, die Auswirkungen des freien Eintritts auf den Besucherzuspruch im HUMBOLDT FORUM, aber auch auf die Museen innerhalb und außerhalb Berlins abzuschätzen.

Zwar gibt es in Deutschland zahlreiche, dauerhaft kostenlos zugängliche Museen, grob geschätzt etwa ein Drittel aller Häuser. Dabei handelt es sich jedoch überwiegend um kleinere Museen mit weniger als 5.000 Besuchern (IFM 2019). Die Praxis, ein Museum von internationalem Rang wie das HUMBOLDT FORUM für einen längeren Zeitraum kostenfrei zu stellen, steht hierzulande noch am Anfang. Von den großen Museen in Deutschland hat in jüngerer Zeit das MUSEUM FOLKWANG eine Vorreiterrolle gespielt und mit vier Jahren freiem Eintritt in die Sammlung umfangreiche Erfahrungen mit dieser Thematik gewinnen können.¹ Insbesondere aber liegen langjährige Erfahrungen aus dem Ausland zu dem freien Eintritt vor, hier zu nennen insbesondere in Großbritannien und den USA, aber auch in Frankreich, Schweden, Italien und anderen Ländern. Die dort dazu durchgeführten Untersuchungen werden in dem Gutachten gesammelt und systematisch bewertet.

Die im Gefolge der Einführung eines freien Eintritts in einem Museum in der Regel stark steigenden Besucherzahlen deuten zunächst auf eine hohe Akzeptanz dieses Modells im Publikum hin. Verbunden wird dieser Erfolg in der kulturpolitischen Debatte meist mit der Hoffnung auf eine sozialstrukturelle Öffnung des Publikums: Nicht nur einfach quantitativ mehr Besucher, sondern vor allem jene Schichten sollen gewonnen werden, die im Sinne der vielzitierten „Kultur für alle“ das klassische bildungsbürgerliche Publikum erweitern und für mehr Diversität stehen. Die Besucherstruktur soll nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ erweitert werden. Was „Diversität“ oder „sozialstrukturelle Öffnung“ dabei genau bedeutet, bleibt jedoch meist im Ungefähren. Dieses liegt teilweise daran, dass auch heute noch mangels entsprechender Forschung nicht alle Museen ihre Besucher wirklich gut kennen, so dass die Ausgangsbasis für Veränderungen undeutlich ist. Ein zweiter, maßgeblicher Grund ist, dass ohnehin jeder Museumstyp in Abhängigkeit vom Ausstellungsangebot und räumlicher Lage seine eigene Besucherstruktur hat. In der Besucherforschung ist lange bekannt, dass Kunstmuseen beispielsweise ein eher älteres, weibliches und sozial gehobenes Publikum besitzen, während sich die Besucherzusammensetzung bei Volkskunde-, Stadt- oder Technikmuseen ganz anders darstellen kann. Museen auf dem Land besitzen ein anderes Publikum als Häuser in großstädtischer Lage mit urbanen oder touristischen Besuchern. Die Ausgangsbasis für eine soziale Öffnung des Publikums ist mithin unterschiedlich.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung zu den Wirkungen des freien Eintritts ist eher von Skepsis getragen: Die strukturelle Verbreiterung des Publikums würde verfehlt, Einnahmeverluste der Museen und eine Abwertung des Museumserlebnisses seien die Folge (vgl. z.B. GÜNTER 2016). Von Seiten der Wissenschaft wird die Forderung nach einem freien Eintritt daher wenig gestützt (vgl. SCHALUSCHKE 2016). Die nachstehenden Ausführungen werden die unterschiedlichen Effekte des freien Eintritts differenziert vermessen und auf dieser Basis Prognosen zu den quantitativen und qualitativen Auswirkungen des freien Eintritts auf den Besuch im HUMBOLDT FORUMS unternehmen. Ergänzend

¹ Vom Verfasser dieses Gutachtens wurden seit Einführung des freien Eintritts dort zwei Besucherbefragungen zum Thema durchgeführt (vgl. Kliment 2018a).

werden Überlegungen dazu angestellt, inwieweit sich der freie Eintritt auf die Sekundärausgaben der Besucher im HUMBOLDT FORUM auswirken wird.

Zum zweiten sollen die Auswirkungen des freien Eintritts auf die umliegenden Museen, die weiterhin überwiegend kostenpflichtig sind, abgeschätzt werden. Speziell geht es um die Frage, ob der Besuch des HUMBOLDT FORUMS den Besuch anderer Museen substituiert, d.h. ob dort Besucher- bzw. Einnahmeverluste zu befürchten sind. Anschließend werden einige Überlegungen zu der Frage angestellt, ob und inwieweit der freie Eintritt im HUMBOLDT FORUM Auswirkungen auf die Museumslandschaft in Ländern und Kommunen haben kann. Die Untersuchung schließt mit einer Reihe von Thesen und Empfehlungen.

2. Vorgehensweise

Im Folgenden werden zunächst die Erfahrungen aus dem Ausland mit dem Modell des freien Eintritts gesichtet, wobei hier in erster Linie auf wissenschaftlich belastbare Untersuchungen rekurriert wird. Dazu werden Untersuchungen auf der Mikro-Ebene in Form von Bevölkerungsbefragungen mit Betrachtungen auf der Meso-Ebene kombiniert, wo die Analyse aus Sicht der Museen vorgenommen wird. Im Anschluss wird auf Befunde zum freien Eintritt in Deutschland eingegangen.

Die Analyse konzentriert sich auf die Wirkungen des freien Eintritts in das Museum, sei es in die ständige Sammlung, die Sonderausstellung oder beides. Die Auswirkungen von einzelnen entgeltfreien Tagen oder Zeiten in der Woche oder im Monat werden hier ebenso wie Ermäßigungen für bestimmte Zielgruppen (typischerweise Kinder, Jugendliche, Senioren, Transferleistungsempfänger) - da inzwischen üblich und in ihren Effekten weitgehend bekannt - nur am Rande berücksichtigt.

3. Erfahrungen mit dem freien Eintritt im Ausland

Anders als in Deutschland ist in zahlreichen Ländern der freie Museumseintritt - mindestens in größeren Teilen der Museumslandschaft - sehr verbreitet. Zu nennen sind etwa Großbritannien, die USA, einige skandinavische Länder, Frankreich, Italien und andere. Dort wo belastbare empirische Untersuchungen zum Publikumsverhalten vorliegen, wird auf diese eingegangen.

3.1 Der freie Eintritt in Großbritannien

Großbritannien ist das Land des freien Eintritts par excellence. Insbesondere die staatlichen, vom DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS) finanzierten Museen blicken auf eine langjährige Tradition des freien Eintritts zurück. Dies gilt noch einmal mehr für die drei herausragenden nationalen Museen in London, das BRITISH MUSEUM, die NATIONAL GALLERY und die TATE GALLERY, die bereits in den 80er Jahren entgeltfrei waren. Die übrigen 11, ebenfalls als „national“ klassifizierten Museen sowie weitere acht kleinere Museen, ebenfalls finanziert vom DCMC, sind seit der von New Labour eingeführten Kulturpolitik in 2001 ebenfalls frei. Allerdings beschränkt sich der freie Eintritt in allen vom DCMC finanzierten Museen auf den freien Eintritt in die ständigen Sammlungen. Die Kompensation der ausfallenden Ticketeinnahmen durch staatliche Gelder geht damit einher, dass die betroffenen Museen im Gegenzug auf definierte kulturpolitische Zielsetzungen ver-

pflichtet werden, deren Erreichung regelmäßig und systematisch evaluiert wird (vgl. etwa RCMG 2003 u. 2006).

Die Besucherzahlen konnten sich in den nationalen Museen mit Einführung des freien Eintritts deutlich steigern. In den ersten 7 Monaten wurde durch das DCMC bereits ein Wachstum von 67% konstatiert (vgl. MORI HOUSE 2003, S. 1f). Im gesamten Zeitraum von 2001 bis 2006 fiel der Besucherzuwachs dann geringer aus, zwischenzeitlich waren sogar erhebliche Rückgänge zu verbuchen (vgl. COWELL 2007, S. 21ff). Im Zeitraum von 10 Jahren seit Einführung des freien Eintritts in 2001 stiegen die Besucherzahlen dann aber von 7,2 auf 18 Millionen, was einem Zuwachs von ca. 150% entspricht. Und auch die großen Londoner Museen, die wie erläutert schon im letzten Jahrhundert frei waren, erlebten seit Einführung eines allgemein freien Eintritts einen Zuwachs von 22% (BROWN 2011). Inwieweit saisonale Effekte, Schwankungen im Tourismus, die Attraktivität von spezifischen Sonderausstellungen und andere Einflüsse zu dieser Entwicklung beitrugen, kann hier nicht im Einzelnen abgeschätzt werden. Allerdings ist der Betrachtungszeitraum ausreichend lang, um solche Schwankungen auszugleichen und von einem deutlichen und langfristigen Besuchererfolg bei allen Museen sprechen zu können. Auffällig ist allerdings, dass schon im Jahr 2002 nur 15% der Museumsbesucher angaben, dezidiert aufgrund des freien Eintritts ins Museum zu kommen (MORI HOUSE 2003, S. 6), was angesichts des massiven Besucheranstiegs bemerkenswert wenig ist. Ähnliche Ergebnisse fanden sich auch in anderen, in Großbritannien und Neuseeland durchgeführten Studien, wo nur 8% bzw. 11% der Befragten in den Eintrittsgeldern eine Barriere zum Museumsbesuch sahen. Die teils massiven Zuwächse im Besucheraufkommen wurden bereits in diesen frühen Untersuchungen nicht auf zusätzliche Besucher zurückgeführt, sondern auf die häufigeren *Besuche* derselben Personen (vgl. OFFICE OF POLICY AND ANALYSIS 2007, S. 2f).

Der Blick auf die Ergebnisse von repräsentativen Bevölkerungsbefragungen in Großbritannien erlaubt weitere Schlussfolgerungen zur Wirkung des freien Eintritts auf die Diversität des Publikums. Die Ergebnisse stimmen ebenfalls skeptisch. Zwar konstatierte das Marktforschungsinstitut MORI HOUSE im Jahr unmittelbar nach Wegfall des Eintritts einen Anstieg sozial schwacher Besucher im Museumspublikum in Höhe von 12% bis 15% (vgl. MORI HOUSE 2003, S. 4). Dieser Anstieg war jedoch von nur kurzer Dauer. Im gesamten Zeitraum von 2001 – 2006 nahm etwa der Anteil ethnischer Minderheiten unter allen Museumsbesuchern nur von 3% auf 5%, der Anteil der Besucher aus schwächeren sozialen Schichten nahm im selben Zeitraum von 15% auf 17%, und damit nur geringfügig zu (vgl. COWELL 2007, S. 114ff; BROWN 2011). In Bezug auf das Herstellen von mehr Diversität blieb damit der freie Eintritt in Großbritannien deutlich hinter den Erwartungen zurück. Diese weiterhin traditionell-bildungsbürgerliche Besucherstruktur zeigt sich in den staatlichen britischen Museen seit 2011 als sehr stabil.

Die z.Zt. umfangreichste und aktuellste Evaluation des freien Eintritts in Großbritannien wurde 2016 von der ASSOCIATION OF INDEPENDENT MUSEUMS und dem ARTS COUNCIL beauftragt. Es handelt sich um eine landesweite Untersuchung zu den Auswirkungen unterschiedlicher Preisstrategien im Kontext des freien Eintritts. Im Mittelpunkt standen diesmal Museen, die sich in freier Trägerschaft befinden. Bei den insgesamt 311 untersuchten Häusern handelte es sich teils um solche, welche von Eintrittsgebühren zum freien Eintritt wechselten (ca. 1/3 der Museen), vom freien Zugang wieder zu entgeltpflichtigen Eintritten übergingen oder die hybride Modelle aus einem kostenfreien und kostenpflichtigem Zugang implementierten. Die Museen, die - zumeist erst in letzten Jahren - zu einem entgeltfreien Modell gewechselt waren, konstatierten zu fast 90% eine deutliche Zunahme der Besucher, einzelne Häuser berichteten von mehr als einer Verdoppelung ihrer Besucherzahlen. Mehr als zwei Drittel dieser Museen lobten zudem die positiven Effekte auf den sozialen Mix des Publikums. Die demografische Zusammensetzung der Besucher wandelte sich allerdings weniger in Richtung von mehr Diversität, sondern beinhaltete vornehmlich, dass die ortsansässigen, jüngeren, und, in geringen

Teilen, auch einkommensschwächeren Bevölkerungsgruppen das freie Museumsangebot stärker nutzten. Die Besuchshäufigkeit nahm ebenfalls zu, die Dauer der Museumsbesuche ging im Gegenzug zurück (vgl. DC RESEARCH 2016, S. 15ff).

Insgesamt zeigen die Ergebnisse **übereinstimmend, dass die stark gestiegenen Besucherzahlen nach Einführung des freien Eintritts in Großbritannien kaum zu neuen Besuchern und wenig zu einer Veränderung der sozialen Struktur führten.** Und dies sowohl in den staatlichen wie auch den privaten Museen.

3.2 Der freie Eintritt in den USA

In den Vereinigten von Amerika besitzt die Diskussion über das Für und Wider des freien Eintritts eine lange Tradition, die weit in das vorherige Jahrhundert hineinreicht. Ähnlich wie in Großbritannien ist auch hier ein großer Teil der Museen teilweise oder vollständig frei. Nach einer älteren Statistik aus dem Jahr 2007 erheben nur 60% aller nordamerikanischen Museen Eintritt, die übrigen sind kostenlos zugänglich (vgl. OFFICE OF POLICY AND ANALYSIS 2007, S. 1). Bei den reinen Kunstmuseen, wo neuere Statistiken verfügbar sind, liegt der Anteil der entgeltfreien Museen bei 34%, weitere 7% verfolgen ein „Pay-What-You-Want“ - Modell mit einer in bestimmter Höhe empfohlenen Zahlung. Zu den entgeltfreien Museen gehören auch große nationale Museen, wie etwa das BALTIMORE MUSEUM OF ART, die WALTERS ART GALLERY, das ST. LOUIS ART MUSEUM, die Museen des SMITHSONIAN INSTITUTION in Washington und das viertgrößte Museums der Welt, das NEW YORK METROPOLITAN MUSEUM OF ARTS, letzteres seit kurzem mit einem „Recommended-Price“ Modell für die Einwohner New Yorks. Für auswärtige Besucher ist das Museum dagegen wieder entgeltpflichtig. Von den Museen, die freien Eintritt für alle anbieten, verzichten dreiviertel auch auf Eintrittspreise in den Sonderausstellungen (vgl. AAMD 2016, S. 6). Die Museen, die einen entgeltpflichtigen Eintritt besitzen, offerieren zumindest durchweg Ermäßigungen für bestimmte Zielgruppen oder zu bestimmten Zeiten. Einige davon mit außerordentlichem Erfolg: So bietet beispielsweise das MUSEUM OF MODERN ART in New York traditionell jeden Freitagnachmittag von 16 bis 20 Uhr freien Eintritt. In dieser Zeit strömen, vorsichtig geschätzt, ca. 15 – 20 tsd. fast ausnahmslos junge Besucher in das Haus.²

Leider gibt es in den USA nicht eine ähnlich umfassende Datenlage zu den Auswirkungen des freien Eintritts, wie in Großbritannien. Speziell fehlen flächendeckende Befragungen von Museen, was mit der überwiegend privaten Finanzierung der US-amerikanischen Museen zu tun hat. Eine Verpflichtung der Häuser auf bestimmte gesellschafts- oder kulturpolitische Zielsetzungen seitens der Regierung oder eines anderen Trägers ist nur punktuell gegeben, sodass systematische Evaluationen des freien Eintritts fehlen. Einige Befunde bei größeren Museen sowie eine größere Arbeit von FELTER können hier aber zumindest etwas Abhilfe schaffen.

Bei mehreren großen amerikanischen Museen, die vom entgeltpflichtigen zum freien Eintritt übergegangen waren, zeigten sich fast durchweg deutliche Besuchergewinne.³ Beispielsweise gingen das BALTIMORE MUSEUM OF ART und das WALTERS ART MUSEUM Ende 2006 zu einem Modell mit Gratis Eintritt über, und verzeichneten in den beiden Folgejahren ein Besucherplus von bis zu 80%. Speziell wurde ein deutlicher Besucheranstieg von nicht-weißen Besuchern, Jugendlichen und Familien konstatiert (vgl. WALTERS ART MUSEUM 2007). Allerdings waren die Besuchergewinne über die Zeit häufig nicht nachhaltig. Die freien Museen des SMITHSONIAN INSTITUTION verzeichneten beispielsweise zwischen 2012 und 2014 einen Besucherrückgang von 7%, trotz Bevölkerungswachstums und ei-

² Dieses ergab eine Auskunft des Museumspersonals vor Ort im Herbst 2018.

³ Für einen Überblick über die Preispolitik der einzelnen US-Amerikanischen Kunstmuseen siehe ART NEWS 2018.

nes boomenden Tourismus. Das erwähnte BALTIMORE MUSEUM OF ART hatte im Jahre 1996 als noch entgeltpflichtiges Museum 320 Tsd. Besucher, im Jahre 2015, neun Jahre nach Einführung des freien Eintritts, lag die jährliche Besucherzahl bei nur noch 180 Tsd. (vgl. MALLONEE 2015). Diese – wenngleich punktuellen Befunde – deuten an, dass der freie Eintritt auch in den USA kein Garant für stetiges Besucherwachstum ist, noch dass er die wichtigste Besucherbarriere darstellt.

FELTER befragte 2006 in einer größeren Studie 35 Museen unterschiedlicher Sparten, die jeweils zur Hälfte frei bzw. entgeltpflichtig waren. Hinzu kamen Befragungen der Mitarbeiter von weiteren 13 Museen auf qualitativer Basis. Die Häuser ohne freien Eintritt boten aber fast ausnahmslos Eintritt freie Tage oder Stunden pro Woche oder Monat für ihre Besucher an. Sie stellten mehrheitlich fest, dass sich an den freien Tagen die Besucherstruktur etwas verschob, vorzugsweise in Richtung von mehr Schülern/Schulklassen, Studenten, Familien, Rentnern und Besuchern aus dem lokalen Umfeld des Museums (vgl. FELTER 2006 S. 53f). Insgesamt stieg das Besucheraufkommen an den freien Tagen deutlich. Die Museen mit einem komplett freien Eintritt beobachteten ein noch stärkeres Besucherwachstum, die Unterschiede zwischen den Museen waren allerdings beträchtlich: In einigen Häusern nahm die Besucherzahl nur um wenige Prozent zu, in anderen um bis zu 400% (vgl. FELTER 2006, S. 55). FELTER schließt ihre Beobachtungen mit der Folgerung, dass der freie Eintritt die soziale Struktur der Besucher insgesamt kaum verbreitert und eher den klassischen Besucher häufiger in das Museum bringe. Weitere Angebote, wie interessante Sonderausstellungen, Programme für benachteiligte Gruppen und intensive Marketingaktivitäten seien unerlässlich (vgl. FELTER 2006, S. 64ff).

Neben den erwähnten Museumsbefragungen ergeben sich zusätzliche Hinweise durch die Daten aus allgemeinen Bevölkerungsbefragungen, die in den USA regelmäßig durchgeführt werden. Eine der am meisten beachteten Studien ist der GENERAL SOCIAL SURVEY, in den im Jahr 2012 verschiedene Fragen integriert wurden, die für die Analyse der Besuchshindernisse von Kultureinrichtungen besonders aufschlussreich waren (vgl. NATIONAL ENDOWMENT OF ARTS 2015). Unter anderem wurden verschiedene Hindernisse zum Museumsbesuch abgefragt. Von diesen nannten 33% der befragten Amerikaner die zu hohen Kosten als wichtigste Hürde für den Kulturbesuch. Zeitmangel, eine umständliche Anreise oder fehlende Informationen über das Angebot wurden jedoch deutlich häufiger genannt (vgl. a.a.O., S. 2f u. S. 15). Dass die Kosten für den Besuch jedoch durchaus ein gewisses Besuchshindernis darstellten, wird daran deutlich, dass 61% der Befragten ein kostenfreies Ausstellungsangebot nutzten. Speziell die Befragten im untersten Einkommensquartil gaben doppelt so oft wie die Personen mit dem höchsten Einkommen an, dass ein freier Eintritt der Hauptgrund für den Ausstellungsbesuch war. Dies galt noch einmal häufiger für die jüngeren Befragten zwischen 25 und 34 Jahren (vgl. NATIONAL ENDOWMENT OF ARTS 2015, S. 19 u. S. 26). Kontrollierte man aber den Effekt des Einkommens mit den Merkmalen Bildung, soziale Schicht oder ethnische Zugehörigkeit, so verschwand die Bedeutung des Einkommens weitgehend. Sogar bei den Besuchern entgeltfreier Ausstellungen gab nur ein Viertel an, dass der freie Eintritt ein Hauptgrund für den Besuch war. Die Autoren ziehen daher das Fazit: „*Budget and time constraints may be real, but it is not clear whether removing these barriers would in fact increase arts attendance*“ (NATIONAL ENDOWMENT OF ARTS 2015, S. 48).

Eine zweite, hier relevante Studie, ist das Projekt "IMPACT" der NATIONAL AWARENESS, ATTITUDES AND USAGE STUDY OF VISITOR-SERVING ORGANIZATIONS. Auf diese Untersuchung soll wegen ihrer Aktualität, der Größe der Datenbasis und der Fokussierung auf kulturelle Teilhabe ausführlicher eingegangen werden. Die Befragung umfasst 100.000 bevölkerungsrepräsentativ ausgewählte US-Amerikaner. Erhoben wurde neben dem allgemeinen kulturellen Verhalten der Besuch von 74 Kultureinrichtungen der unterschiedlichsten Art, wie etwa Kunstmuseen, Geschichtsmuseen, Science Center u.v.m. Auf Basis dieser Daten kommt DILENSCHNEIDER zu mehreren interessanten Einschätzungen: Zum

einen ergab sich, dass die Besucher von vormals kostenfreien Museen, wie das erwähnte METROPOLITAN MUSEUM OF ART in New York über das gleiche Einkommen verfügen, wie die Besucher der übrigen (kostenpflichtigen) New Yorker Museen (DIELENSCHNEIDER 2018, S. 2). Mag das im Fall New Yorks noch auf den sehr hohen Anteil der auswärtigen Touristen rückführbar sein, so gilt dies aber auch in der Betrachtung von kostenfreien Museen auf dem Lande jenseits der Metropolen. Generell unterscheidet sich das durchschnittliche Haushaltseinkommen der Besucher von entgeltpflichtigen Kulturangeboten in den USA nicht vom Einkommen der Nutzer von Eintritt freien Museen. Überhaupt sei die Besucherstruktur von entgeltfreien und entgeltpflichtigen Häusern praktisch identisch (vgl. DIELENSCHNEIDER 2018, S. 3f). Für die Museumsbesucher sind die Kosten des Besuchs weit weniger ausschlaggebend als andere Faktoren. Bedeutsam war hier insbesondere der mit dem Besuch verbundene Zeitaufwand für die Anreise und den Besuch selbst: So stimmten zwischen 67 % und 75% aller Altersgruppen unter den Museumsbesuchern der Aussage zu, dass Zeit wichtiger sei als das Geld (vgl. DIELENSCHNEIDER 2015, S. 3ff). Bestätigt wurde dieses durch einen weiteren Befund: In einer Liste von 15 abgefragten Zugangsbarrieren zu Kulturangeboten, angefangen bei schwieriger Erreichbarkeit über die Kenntnis des Angebots, Zeitmangel, kulturelle Fremdheit („*Not for People like me*“), Sicherheitsbedenken bis hin zu Problemen mit der Versorgung der Kinder während des Museumsbesuchs, rangierten die Kosten auf dem vorletzten Platz (vgl. dies. 2017, S. 10f). **Zu hohe Eintrittsgelder sind zwar in den USA eine Barriere, aber bei weitem nicht die wichtigste. Der freie Eintritt brachte zudem auch dort kaum museumsferne Gruppen in die Häuser.** Die Verfasserin warnt demzufolge vor einer „moralischen Überschätzung“ des freien Eintritts und plädiert dafür, mit den Einnahmen aus den Ticketverkäufen eher zielgerichtete Programme für museumsferne Gruppen zu finanzieren (vgl. dies. 2015, S. 9).

3.3 Der freie Eintritt in Frankreich

Das Jahr 2001 markiert den Start des freien Eintritts auch in den französischen Museen. In diesem Jahr wurde – dem britischen Beispiel folgend – zunächst der freie Eintritt in die ständigen Sammlungen der städtischen Museen von Paris eingeführt. Ab dem Jahr 2008 wurde dann der Zugang zu weiteren 10 nationalen Museen und vier nationalen Denkmälern kostenlos möglich gemacht. Dabei handelte es sich um unterschiedlichste Museumstypen, die jedoch in der Regel eher klein und überwiegend in der Provinz angesiedelt waren. Im Jahr der Einführung des freien Eintritts wurde vom Ministerium für Kultur eine Befragung von über 6.500 Besuchern beauftragt, um die Wirkungen dieser Maßnahme zu evaluieren (vgl. im folgenden EIDELMAN/CÉROUX 2009). Danach steigerte sich das Besucheraufkommen im Gefolge der Maßnahme um über 50%, wobei die Unterschiede zwischen den einzelnen Häusern auch hier beträchtlich waren: Einige Museen verzeichneten einen Anstieg von nur 20% (GUIMET-MUSEUM für Asiatische Kunst in Paris), bei anderen lag der Zuwachs bei 138% (MARINEMUSEUM Toulon). Zudem war der Besucherzuwachs nicht nachhaltig: Unmittelbar nach Einführung des freien Eintritts stiegen die Besucherzahlen bei den Museen um durchschnittlich 73%, um vier Monate später auf ein Plus von nur 40% zurück zu fallen.

Von den befragten Besuchern gab fast jeder zweite an, dass der freie Eintritt für ihn „eine Rolle spielte“ – was freilich nur eine recht unscharfe Interpretation erlaubt. Die Gewinnung von Erstbesuchern war beträchtlich, etwa 60% der Befragten waren zum ersten Mal in dem Museum. Auch für den Wiederbesuch spielte der freie Eintritt eine bedeutende Rolle: 85% der Besucher, für die der freie Eintritt relevant war, gaben an, dass der freie Eintritt sie zum Wiederbesuch motivierte. Bei den übrigen Besuchern waren dies nur 28%. In der wichtigen Frage, inwieweit der freie Eintritt zu einer sozialen Öffnung der

Besucherstruktur führte, waren die Erfolge des neuen Modells mäßig: Auf Basis des zugrunde gelegten Schichtmodells entstammten 38% der Besucher der Mittelschicht, 21% der Oberschicht und 32% der unteren Schicht. Der hier vergleichsweise hohe Anteil der einfacheren Schichten resultierte allerdings aus der starken Frequentierung der kostenlosen Militär-, Technik- und volkskundlichen Museen, während Kunstmuseen nur auf einen Anteil von weniger als 20% kamen (vgl. EIDELMAN/CÉROUX 2009, S. 6f). Schüler und Studenten machten 9% der Besucher aus, in den Groß- und Universitätsstädten lag der Anteil allerdings deutlich höher. Fast alle von Ihnen gaben an, dass sie ohne den freien Eintritt nichts ins Museum gekommen wären. **Die Besuchergewinnung des freien Eintritts war damit in den französischen Museen erheblich, die breitere soziale Zusammensetzung des Publikums gelang dagegen nur teilweise.**

Aktuell ist heute bei vielen französischen Museen der Eintritt frei, insbesondere in der Hauptstadt Paris. Alle 14 Museen der Stadt Paris sind durchgängig frei, weitere acht, die von unterschiedlichen Trägern betrieben werden, ebenfalls. Dabei handelt es sich aber in der Regel um kleinere Museen. Weitere 38 Museen der Metropole offerieren wenigstens einen freien Tag im Monat, wobei die Jahreszeit variiert. Es fällt dabei auf, dass die großen und besonders bekannten Museen, wie der LOUVRE, das MUSEUM RODIN, der QUAI D'ORSAY, der PANTHEON oder der Triumphbogen hier recht zurückhaltend agieren: Sie bieten den Eintritt freien Tag nur in der touristisch schwachen Nebensaison oder gar nicht an. Fast alle Museen offerieren aber durchgängig freien Eintritt für Lehrer und Personen unter 26 Jahren (vgl. PARIS 2018). Seit Einführung des freien Eintritts in die städtischen Museen von Paris stiegen die Besucherzahlen um 165%, in den kostenfreien Dauerausstellungen sogar um 265% (vgl. ACTORI 2017, S. 74).⁴ Das Beispiel zeigt auch, dass das Nebeneinander sehr unterschiedlicher Preismodelle – angefangen von punktuellen Ermäßigungen für bestimmte Zeiten oder Zielgruppen bis hin zum durchgängig freien Eintritt – in den Museen ein- und derselben Stadt vom Publikum klaglos akzeptiert wird.

3.4 Der freie Eintritt in Schweden

In Schweden war im Gefolge der Einführung des freien Eintritts in Großbritannien im Jahr 2004 der Eintritt in 19 der 25 staatlichen Museen ebenfalls frei gestellt worden. Das Ergebnis war, dass fast alle der am freien Eintritt beteiligten Museen ihre Besucherzahlen zunächst steigern, einige sogar mehr als verdoppeln konnten. Ein Jahr später sanken die Besucherzahlen dann bereits wieder um 22% (vgl. LAMPI/ORTH 2009, S. 85ff; NICKEL 2008). Im Jahr 2007 wurde im Zuge der Regierungsübernahme durch die Konservativen der freie Eintritt wieder zurück genommen. Als Konsequenz halbierten sich die Besucherzahlen in den beteiligten Museen. Im Jahr 2016 wurde dann erneut in 12 nationalen Museen der Eintritt in die ständigen Sammlungen frei gestellt, was zu einem durchschnittlichen Besucheranstieg von 50% führte (vgl. ACTORI 2017, S. 72). Dieser Effekt war zwar beachtlich, reichte jedoch nicht mehr an die erste Phase der Ticketbefreiung heran.

Die wechselvolle Geschichte des freien Eintritts in Schweden bot eine besonders günstige Situation zur Erforschung der Wirkungen des freien Eintritts. Dass in diese Maßnahme vier große nationale Museen der Weltkultur einbezogen worden waren, verleiht den Ergebnissen, die hier im Kontext des Humboldt Forums Berlin beurteilt werden, zusätzliche Relevanz. Auch in Schweden ging es um die Frage, inwieweit sich die soziale Zusammensetzung der Besucher aufgrund der erneuten Entgeltspflicht für die Museen änderte. Festgestellt wurde, dass bereits in dem ersten Eintritt freien Zeitraum das Museumspublikum deutliche einkommensstärker war und mehr der höheren sozioökonomi-

⁴ Einschränkung ist hinzuzufügen, dass mangels präziser Belege diese Angaben bei ACTORI nicht i.e. nachvollzogen werden können.

schen Schicht angehörte, als dies im schwedischen Durchschnitt der Fall war (vgl. LAMPI/ORTH 2009, S. 91f). Speziell in den Museen der Weltkultur fanden sich überdurchschnittlich viele weibliche, ältere, städtische und akademisch gebildete Besucher (vgl. EXQUIRO 2006). Das dort vorfindliche Publikum ähnelte damit stark dem klassisch-traditionellen Museumsbesucher. Das eigentliche Zielpublikum des freien Eintritts, d.h. unter anderem Männer, schwächer Gebildete und jüngere Besucher, war kaum vertreten. Diese soziale Selektivität wurde allerdings nach der erneuten Einführung des Museumseintritts stärker. Das traditionelle Museumspublikum herrschte nun bei weitem vor, obwohl der Ticketpreis sehr niedrig angesetzt worden war. Die Autoren schließen, **dass der freie Eintritt insgesamt nur wenig hilfreich war, um Minderheiten in das Museum zu bringen.** Eine **soziale Selektionswirkung durch den nachfolgend wieder eingeführten Eintritt war aber erkennbar, wobei weniger die konkrete Höhe des Eintritts eine Rolle spielte, als die Frage, ob überhaupt ein Eintritt erhoben wurde.** Insgesamt fiel es den Museen nach dem Entgelt pflichtigem Eintritt noch einmal schwerer, ihren kulturpolitischen Auftrag zur Diversität zu erfüllen. Zudem blieben die Ticketeinnahmen um etwa ein Drittel hinter den Erwartungen zurück (vgl. LAMPI/ORTH 2009, S. 97ff).

4. Der freie Eintritt in Deutschland

Der folgende Abschnitt sichtet die Erfahrungen mit dem freien Eintritt in Deutschland. Untersucht werden die Auswirkungen im Hinblick auf den Besucherzuspruch insgesamt, die Diversität der Besucher, die Veränderungen im Besuchsverhalten im Museum und das Museumsimage.

4.1 Die Auswirkungen des freien Eintritts auf den Museumsbesuch

Systematische Untersuchungen zu den Auswirkungen des freien Eintritts in deutschen Museen liegen zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Gutachtens nur punktuell vor. Dieses hat seinen Grund vornehmlich darin, dass Eintritt freie Tage, Zeiten oder Ermäßigungen für bestimmte Gruppen hierzulande sehr verbreitet sind, die generelle Freistellung vom Eintritt jedoch die seltene bzw. meist nur temporäre Ausnahme darstellt. Von den insgesamt knapp 1.600 Museen in Deutschland, die keinen Eintritt erheben, bilden die kleinen Häuser mit unter 5.000 Besuchern die große Mehrheit. Unter den großen Museen mit mehr als 100.000 Besuchern im Jahr machen die Eintritt freien Museen mit nur 1,4% eine kleine Gruppe aus (vgl. IFM BERLIN 2019, S. 20).

Der freie Eintritt ist aber anschlussfähig an die hiesige Diskussion um die Bedeutung des Einkommens für den Kultur- bzw. Museumsbesuch, und er wird in neuerer Zeit verstärkt auch im Kontext der Nicht-Besucherforschung thematisiert. Zu diesem Komplex liegen zahlreiche Untersuchungen vor, die jedoch an dieser Stelle nur sehr summarisch wieder gegeben werden können. So wird allgemein von einer geringen Preissensibilität des Kulturpublikums ausgegangen, da dieses über überdurchschnittliche Einkommen verfüge (HAUSMANN 2006, S. 249). Entsprechend werden in manchen Studien dann auch zu hohe Eintrittspreise als wichtige oder sogar wichtigste Hürde zum Kulturbesuch thematisiert. Zudem wird darauf hingewiesen, dass Personen mit vergleichsweise geringen Einkommen weitaus seltener Kulturveranstaltungen besuchen (vgl. dazu die Übersicht bei RENZ 2016, S. 141f und S. 145). Hinzu kommen methodische Probleme bei der korrekten Erfassung von Besuchshindernissen: Das Argument „zu teuer“ ist im Rahmen von Befragungen für viele Befragte ein gern genutzter Rückzugsort, die es vermeiden möchten, andere, persönlich als unangenehm empfundene Hindernisse anzusprechen. Und schließ-

lich markiert der Ticketpreis oft nur einen Bruchteil der tatsächlichen anfallenden Kosten für Anreise, Unterkunft und Verpflegung. Bei komplexeren statistischen Analysen verschwindet der Einkommenseffekt dann auch häufig, und dies besonders beim Museumsbesuch, da dieser in Relation zu den Ticketpreisen von Theater-, Oper- oder Konzertaufführungen vergleichsweise niedrig ist. Weit entscheidender als das Einkommen sind nach wie vor die Merkmale formale Bildung und Alter. Die Funktion des Einkommens liegt in diesem Kontext dann nicht nur darin, eine notwendige ökonomische Ressource für den Ticketkauf zu sein, sondern auch in seiner Rolle als kulturelles Distinktionsmittel und allgemeines Attribut eines kulturraffinen Lebensstiles (vgl. REUBAND 2012; NOTTEN et al 2015; KIRCHBERG 1998). KEUCHEL kommt bereits 2002 zu der Schlussfolgerung, dass Preisvergünstigungen vor allem von den schon erreichten Zielgruppen positiv aufgenommen werden (vgl. KEUCHEL 2003, S. 227).

In einer EU-weiten Studie des regelmäßig im Auftrag der EUROPÄISCHEN KOMMISSION durchgeführten Eurobarometers wurden im Jahr 2012 bei 25.000 Befragten die Barrieren für den Kulturbesuch in unterschiedlichen Sparten erhoben. Hier waren die wichtigsten Hinderungsgründe zum Museumsbesuch in Deutschland „fehlendes Interesse“ und „keine Zeit“ mit je 36% bzw. 32% der Befragten. Diese Hürden wurden daneben auch in allen anderen Ländern der EU am häufigsten genannt. Ein fehlendes Angebot vor Ort war für 9% der Befragten in Deutschland relevant. Die Kosten für den Museumsbesuch rangierten schließlich auf den hintersten Plätzen. In Deutschland nannten gerade einmal 6% der Befragten die zu hohen Kosten als Besuchshindernis (vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION 2013).

Ebenfalls aufschlussreich ist an dieser Stelle eine internationale Studie von FALK/KATZ-GERRO. Sie untersuchten in einer ungewöhnlich umfangreichen Befragung in Deutschland und 23 weiteren EU-Ländern mit insgesamt 350.000 Befragten die sozialen Determinanten des Besuchs von Museen, Galerien und Denkmälern. Die Ergebnisse entwerfen ein differenziertes Bild. Die Forscher fanden durchaus einen signifikanten Einfluss der Merkmale Beschäftigung, Haushaltseinkommen und Bildung auf den Museumsbesuch. Bemerkenswerterweise waren die Einkommenseffekte in Schweden, Dänemark, Finnland und Großbritannien aber signifikant geringer als in Deutschland oder den südeuropäischen Staaten. Dies lässt den Autoren zufolge die Interpretation zu, dass in den Ländern, in denen der Eintritt in die staatlichen Museen ganz oder überwiegend gratis ist, auch die Einkommensbarrieren für den Museumsbesuch geringer sind. Dieses Ergebnis spricht zwar für die positiven Wirkungen des freien Eintritts, schließt aber nicht die oben erwähnten methodischen Fragen, wie denn der Einkommensbegriff inhaltlich zu deuten ist, aus. Die Interpretation des Einkommens primär als Distinktionsmittel und Ausdruck eines bestimmten Lebensstils wird durch das Ergebnis nicht wiederlegt. Zudem überwog auch in diesem Vergleich der Einfluss des Bildungsfaktors. Aus diesen Gründen können Bevölkerungsbefragungen zu den Wirkungen des freien Eintritts nur bedingt aussagekräftig sein.

Es soll daher auch hier der Blick auf die Meso-Ebene der Museen gerichtet werden. Dabei lassen sich erste Hinweise durch das Hinzuziehen von Studien gewinnen, die zwar nicht speziell zum freien Eintritt durchgeführt wurden, aber durch ihre Anlage gewisse Rückschlüsse erlauben. Eine Besucherstudie von LAUKNER, die vor einigen Jahren in sieben großen, entgeltpflichtigen Kunstmuseen in NRW durchgeführt wurde, brachte bereits interessante Hinweise. Von den dort abgefragten, insgesamt 35 verschiedenen Gründen zum (Wieder-)Besuch eines Museums, rangierten ein freier bzw. ermäßigter Eintritt überraschenderweise auf den letzten Plätzen (vgl. LAUKNER 2008, S. 204f).

Das Museum Folkwang in Essen stellt den Eintritt in die ständige Sammlung seit Mitte 2015 komplett und durchgängig frei. Es wurde damit zum Vorreiter in der Debatte um den freien Eintritt, was auch die ungewöhnlich große öffentliche bzw. mediale Aufmerksamkeit für diese Maßnahme erklärt. Das Museum hatte vor der Einführung des freien Eintritts eine wechselvolle Entwicklung hinter sich. Während in den Jahren 2013/14

aufgrund mehrerer, sehr erfolgreicher Sonderausstellungen über 250 tsd. Besucher verzeichnet werden konnten, fielen im Zeitraum 2014 und 2015 die Besucherzahlen auf nur noch 37 tsd. bzw. 43 tsd. zurück. In dem Zeitraum 2015/16, in dem die Einführung des freien Eintritts datiert, konnten sich die Besucherzahlen mit 103 tsd. dann mehr als verdoppeln (vgl. PR ONLINE 2016, 2017 und 2019). Sie erreichten aber nicht die Besucherzahlen der Jahre zuvor. Im Berichtszeitraum 2016/17, ein Jahr nach dem freien Eintritt, sanken die Besucherzahlen dann wiederum um 20% auf 81 tsd. um dann 2017/18 wieder auf 108.000 Besucher zu steigen (vgl. RP ONLINE 2019). Vergleicht man diese Zahlen mit den Besucherzahlen unmittelbar vor Einführung des freien Eintritts, so ist der Erfolg der Maßnahme offensichtlich. Nimmt man als Bezugsbasis dagegen die Jahre der sehr erfolgreichen Sonderausstellungen in 2013/14, so konnte auch der freie Eintritt diese nicht erreichen. Diese Schwankungen, in die saisonale Besonderheiten ebenso eingehen wie die unterschiedlichen Erfolge der jeweiligen Sonderausstellungen, erschwerten die Schätzung der Effekte des freien Eintritts. Sie bestätigen aber einmal mehr, dass der freie Eintritt allein kein stetiges Besucherwachstum garantiert.

Mehrere Besucherstudien im Museum Folkwang, die vom Verfasser zum freien Eintritt in 2017 und 2018 durchgeführt werden konnten, zeigten den differenzierten Erfolg des freien Eintritts.⁵ Von den Besuchern, welche nur die ständige Sammlung besuchten, war der freie Eintritt immerhin zu 49% entscheidend zum Besuch des Museums gewesen. Hier hatte sich der Anteil der alleinigen Besucher der ständigen Ausstellung durch den freien Eintritt mithin fast verdoppelt. Die Effekte des freien Eintritts auf die nach wie vor kostenpflichtigen aber sehr populären Sonderausstellungen waren dagegen gering. Da ein Großteil der Besucher in die Sammlung und Sonderausstellungen oder allein in die Sonderausstellungen ging (vgl. STADT ESSEN 2017; MUSEUM FOLKWANG 2017) führt dies zu der beinahe paradoxen Situation, dass besonders erfolgreiche Sonderausstellungen den Effekt des freien Eintritts im Gesamtpublikum konterkarieren können.

Auch bei der Berliner Humboldt-Box führte die Einführung des freien Eintritts zu einem erheblichen Besucheranstieg. Im Jahr 2014 wurden noch 120 tsd. kostenpflichtige Besuche ermittelt, nach Einführung des freien Eintritts legten die Besuche dann um 47% zu. Nach zwei Folgejahren ging der kostenpflichtige Besuch um ca. 30% zurück. Bei freiem Eintritt fielen die Besucherrückgänge mit 11% dagegen relativ moderat aus (vgl. IFM BERLIN 2019, S. 9).

Eine kürzlich von Nora Wegner (2019) veröffentlichte Studie untersuchte die Auswirkungen eines (überwiegend temporär) freien Eintritts in den Landesmuseen von Baden-Württemberg und dem Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe. Die fünf untersuchten Museen deckten dabei verschiedene Museumsgattungen, Standorte und Angebote ab: Es handelte sich um das Landesmuseum Stuttgart (Kulturgeschichte), die Staatsgalerie Stuttgart (Kunst), das Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe (Kunst), das Staatliche Museum für Naturkunde Karlsruhe und das Technomuseum Mannheim (Technikgeschichte). Die Untersuchung ergab differenzierte Wirkungen des Gratis Eintritts.⁶ In allen beobachteten Museen nahmen die Besucherzahlen aufgrund des freien Eintritts zu. Allerdings wusste ein gutes Drittel der Besucher (37%) nichts von dem freien Eintritt. Von denjenigen, welche den freien Eintritt kannten, gaben 53% diesen explizit als einen Besuchsgrund (neben anderen) an. Betrachtet man aber, inwieweit der freie Eintritt wirklich *besuchentscheidend* war (hier: Angabe des freien Eintritts als alleinigen Besuchsgrund im Museum), so galt dieses nur für 13% aller Besucher (Wegner 2019, S. 24f). Auch

⁵ Vgl. Klimment 2018. Der Verfasser konzentriert sich im Folgenden aber auf die allgemein bzw. öffentlich zugänglichen Quellen, wie Pressemitteilungen des Museums, Publikationen der Stadt Essen oder Presseartikel.

⁶ Der freie Eintritt konnte sich dabei in den Häusern auf ein Jahr, mehrere Monate oder nur einzelne Eintritt freie Tage oder Stunden im Monat beziehen (vgl. Wegner 2019S. 2f).

wenn teilweise Unterschiede zwischen den verschiedenen Museumstypen existierten, bestätigt sich der in den obigen Studien nur wenig sichtbare Effekt des freien Eintritts, jedenfalls insoweit er als das *ausschlaggebende* Besuchskriterium angesehen wird.

Das Potsdam Museum für Stadtgeschichte schließlich gewährte im Frühsommer 2018 für drei Monate in einer ersten Testphase freien Eintritt in die ständige Sammlung. Ähnlich wie in den anderen hier referierten Museen erreichte die Aktion zahlreiche Besucher. Im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres stiegen die Besuche um 70% an. Der Gratiseintritt führte ebenfalls zu einer Steigerung beim jungen Publikum, die um 30% zulegen. Ein Zuwachs von Besuchern aus sozial benachteiligten Bevölkerungsschichten wurde aber auch hier nicht erreicht. Und auch hier war die Gruppe, welche allein aufgrund des freien Eintritts ins Haus kam, klein. So gaben 75% der Befragten an, sie hätten auch den normalen Eintrittspreis bezahlt, im Umkehrschluss liegt der Anteil der preissensiblen Besucher bei 25% (vgl. Oelschläger 2018; Jäger 2019). Dieser Wert reicht erstaunlich nah an die oben referierten Ergebnisse heran, wo einer von fünf Besuchern ausschließlich aufgrund des freien Eintritts ins Haus kommt.

4.2 Auswirkungen auf die Diversität der Besucher

Lenkt man nun den Blick auf soziale Zusammensetzung der Besucher und darauf, inwieweit sich diese durch den freien Eintritt veränderte, so sind positive Wirkungen erkennbar. Unter den Besuchern des Museum Folkwang beispielsweise konnten in fast allen Gruppen durch den Gratiseintritt Zuwächse erreicht werden. Eine herausragende Bedeutung besaß der freie Eintritt bei den jüngeren Besuchern von 16 bis 34 Jahren. Bei ihnen lag der Anteil derjenigen, für die der freie Eintritt besuchsentscheidend war, bei fast 50%. Zudem zeigten sich bei den männlichen Besuchern, Schülern/Studenten, schwächeren Bildungsabschlüssen und den Besuchern aus Essen Zugewinne von bis zu 40%. Damit bewirkte der freie Eintritt bei traditionell eher „schwierigen“ Zielgruppen für ein Kunstmuseum ein deutliches Plus (vgl. STADT ESSEN 2017; MUSEUM FOLKWANG 2017 sowie RP ONLINE 2017, 2018 und 2019). Diese Zugewinne erfolgten jedoch im Umkreis eines weiterhin dominant sozial gehobenen Kulturpublikums, wo ein prinzipiell „museumsaffiner“ Lebensstil gegeben und der Ticketpreis nur eine letzte Hürde zum Besuch ist. Ein ähnliches Ergebnis findet sich auch in der erwähnten Studie von Wegner, wo jüngere Besucher und Personen aus dem Nahbereich des jeweiligen Museums den freien Eintritt stärker nutzten. Unterschiede zwischen den Bildungsabschlüssen gab es zwischen Nutzern und Nicht-Nutzern des freien Eintritts allerdings nicht (vgl. Wegner 2019, S. 26).

Insgesamt ergibt sich auf Basis der vorhandenen Studien ein Muster, in dem die Wiederholungs- bzw. Stammbesucher eines Museums ihre Besuchstätigkeit durch den freien Eintritt stark ausweiten. Die steigenden Zahlen in der Besucherstatistik gehen damit weit überwiegend auf die vermehrten *Besuche* des Stammpublikums und weniger auf neue *Besucher* zurück. Hier handelt es sich um klare Mitnahmeeffekte. Daneben bewirkt der freie Eintritt auch, dass die Abwanderung von Teilen des Publikums verhindert wird, etwa weil sie das Angebot ausreichend zu kennen glauben. Dieser „Halteeffekt“ ist zwar kleiner als die Besuchergewinnung, sollte aber in seiner Bedeutung nicht unterschätzt werden. Dieses insbesondere dann, wenn attraktive Sonderausstellungen zeitweilig fehlen. Jenseits dessen ein Museum mittels freiem Eintritt für ein neues Publikum zu öffnen, gelingt vor allem bei jüngeren Menschen bis ca. 30 Jahren mit gleichzeitig höheren Bildungsabschlüssen. Hier handelt es sich um ein noch grundsätzlich museumsaffines Publikum. Diese Erstbesucher sind allerdings quantitativ überschaubar, kommen seltener wieder und sind auf Dauer schwieriger zu binden. Dieser Effekt des freien Eintritts in Richtung der Erst-Besucher fällt zwar relativ gering aus, ist aber ein weiterer Baustein für die

Zukunftssicherung des Museums. Darüber hinaus zusätzliche, speziell sozial benachteiligte oder untere soziale Schichten zu gewinnen, bleibt dagegen ein sehr schwieriges Unterfangen (vgl. dazu auch ROMETSCH 2019; KIRCHBERG 1998).

4.3 Wirkungen des freien Eintritts auf den Besuchsmodus und das Museumsimage

Der freie Eintritt schlägt sich nicht nur in der Besucherstatistik nieder. Die Mehrheit der befragten Besucher gab dazu an, dass sie durch den freien Eintritt häufiger ins Museum kamen (z.B. um einzelne Exponate oder Künstler zu sehen) oder erschienen, um im Museum einfach etwas Zeit zu verbringen. Umgekehrt verkürzte sich die Besuchsdauer, ungeplante Spontanbesuche nahmen zu. Der Museumsbesuch konnte sich auf diese Weise habitualisieren und zu einem selbstverständlicheren Teil der Freizeitgestaltung avancieren, insbesondere unter den Nahbesuchern. Gleichzeitig stieg die emotionale Bindung der Besucher an die Kunst und das Museum (vgl. STADT ESSEN 2017 und Wegner 2019, S. 27f u. S. 115f). Hier handelt es sich um das psychologische Basis der steigenden Besucherzahlen. Während diese Effekte vornehmlich beim Stammpublikum zu beobachten waren, zeigte sich bei den neu gewonnenen, am freien Eintritt orientierten und insbesondere jüngeren Besuchern, dass ihre Bedürfnisse stärker unterhaltungs- und erlebnisorientiert geprägt waren. Das Museum wurde bei ihnen insbesondere danach beurteilt, wie sehr es diesen Ansprüchen entgegen kam. Hier ergeben sich durch den freien Eintritt neue Herausforderungen für Service und Vermittlung im Museum.

Das Museumsimage profitiert insgesamt erheblich von dem freien Eintritt, und dabei vor allem unter den Besuchern, welche gar nicht wegen des Gratis Eintritts kommen. Und dies ist die große Mehrheit der Besucher. Die in der Literatur zuweilen befürchtete Abwertung des Museumsangebots durch den Gratis Eintritt bleibt dagegen fast vollständig aus (vgl. etwa Günther 2016). Auch wenn der Preis gewöhnlich ein wesentlicher Maßstab der Qualitätsbewertung einer Leistung für den Nutzer darstellt, gilt das offensichtlich im Museumsbereich nicht im selben Maße. Die Besucher wissen um die Qualität des Angebots und schätzen sie. Diese psychologischen Auswirkungen des freien Eintritts auf die Besucher sind mindestens gleich bedeutsam oder vielleicht sogar wichtiger als der Effekt des freien Eintritts in der Besucherstatistik.

5. Die Wirkungen des freien Eintritts auf die Sekundärausgaben der Besucher

In der Debatte um die Auswirkungen des freien Eintritts auf die Einnahmesituation der Museen lassen sich zwei widerstreitende Positionen beobachten: Einerseits wird ins Feld geführt, dass der gestiegene Besucherstrom die Umsätze im Bereich Shops, Vermittlung, elektronische Guides, Restaurant aber auch Spenden ansteigen lässt, woraus sich Kompensationseffekte für den teilweisen oder gänzlichen Wegfall der Ticketumsätze ergeben würden. Erklärt wird dieses Verhalten mit dem Rückgriff auf die bekannte Framing-Theorie von TVERSKY/KAHNEMANN (1981), nach der die Besucher eine Art mentales Kontensystem führen. In diesem Kontensystem seien bestimmte Ausgaben für Museumsbesuche, aber auch für andere kulturelle Güter und Dienstleistungen eingestellt. Die Einsparungen für den freien Eintritt setzten demnach zusätzliche Gelder für andere Museen oder andere kulturelle Ausgaben in und außerhalb des Museums frei, die entsprechend investiert würden. Die gestiegenen Besucherzahlen würden dann ein Übriges tun, um die Umsätze steigen zu lassen.

Dem steht andererseits entgegen, dass den in Deutschland durchgeführten Befragungen zufolge der freie Eintritt tendenziell ein konsumschwächeres (jüngeres) Publikum ins Museum führt, das vermehrt aus derselben Stadt oder Region stammt, sich kürzer im Museum aufhält, weniger Zeit für Vermittlungsangebote und einen geringeren Bedarf nach Konsumtion hat. Die Umsätze pro Besucher würden demzufolge sinken. Hinzu kommt die durch gestiegene Besucherzahlen stärker belastete Infrastruktur im Museum, was längere Wartezeiten bei den Serviceeinrichtungen, mehr Unruhe und eine geringere Komfortwahrnehmung im Haus verursacht, was ebenfalls dem Konsum entgegensteht.

In mehreren Museumsbefragungen des Verfassers war erhoben worden, ob die Besucher bei einem komplett freien, tageweisen freien bzw. stark reduzierten Eintritt ihre Ausgaben im Museumshop, Café oder für Führungen erhöhen. Dieses traf aber nur auf 16-26% der Besucher zu. Die große Mehrheit der Besucher änderte ihr Konsumverhalten nicht (Kliment 2016). Unter dem Strich ergeben sich damit eher stabile Gesamtumsätze (vgl. auch OFFICE OF POLICY AND ANALYSIS 2007, S. 4f; Wegner 2019). Auch die Erfahrungen im Ausland weisen in diese Richtung.

In **Großbritannien** gab in einer Befragung im Jahr 2002, unmittelbar nach Einführung des freien Eintritts in den staatlichen Museen, nur ein kleinerer Teil der Besucher an, zusätzliche Ausgaben im Museum zu tätigen. Nur zwischen 15% und 26% der Museumsbesucher kauften aufgrund des freien Eintritts auch die Tickets für die Sonderausstellungen, nutzten kostenpflichtige Audio-Guides, Führungen oder erwarben Produkte im Shop. Der größte Teil der Museumsbesucher (47%) verwendete den eingesparten Ticketpreis für andere Ausgaben auf der Reise bzw. den Ausflug ins Museum (vgl. MORI HOUSE 2003, S. 8).

Aufschlussreich ist die Frage, wie sich in Großbritannien die Einnahmesituation nach der Einführung des Gratiseintritts in den **privaten Museen** entwickelte, da diese in besonderer Weise auf die Kompensation der entgangenen Ticketumsätze angewiesen sind. Es zeigte sich, dass auch hier die Reputation der Museen in der Stadt bzw. Region durch den freien Eintritt deutlich gewann, was die Spendenbereitschaft der Besucher grundsätzlich steigerte (vgl. DC RESEARCH 2016, S. 16ff; AIM 2016). Die Wirkungen auf die Einnahmen gestalteten sich bei den Museen dennoch unterschiedlich. Der Erfolg hing vor allem davon ab, mit welchem Engagement und welchen konkreten Maßnahmen die Serviceleistungen angeboten bzw. Spenden eingeworben wurden. Während einige Häuser ihr Spendenaufkommen deutlich steigern konnten, verschlechterten sich die Einnahmen bei anderen massiv (vgl. DC RESEARCH 2016, S. 15). Auch die zusätzlichen Ausgaben der Besucher für Shop, Café/Restaurant und Vermittlung konnten sich in vielen Fällen steigern. Wichtiger als die Ersparnis durch den freien Eintritt waren für die Inanspruchnahme zusätzlicher Leistungen die Qualität des Angebots und die Serviceorientierung der Mitarbeiter. Zudem erhärtete sich der Eindruck, dass in den weiterhin entgeltpflichtigen Museen die Sekundärausgaben der Besucher höher ausfielen.

Ein ähnliches Bild ergab sich bei den 35 untersuchten **US-amerikanischen Museen** in der Studie von FELTER. Der durch den freien Eintritt teilweise vervielfachte Besucherstrom übersetzte sich nur begrenzt in zusätzliche, museumsbezogene Sekundärausgaben. Der Umsatz pro Besucher sank sogar deutlich.⁷ Interessant waren dabei die **unterschiedlichen Reaktionsweisen der Besucher in Abhängigkeit der Kenntnis des freien Eintritts vor dem Besuch**: Diejenigen, die vom freien Eintritt zuvor

⁷ Im Durchschnitt bezahlt der Besucher in den nordamerikanischen Museen 3,27 \$ Eintritt. Nimmt man alle Ausgaben zusammen, so liegen die durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf bei 8 \$. Die Sekundärausgaben der Besucher sind damit höher als in den europäischen Museen. Der Anteil der Eintrittsgelder an der Gesamtfinanzierung der Museen macht demzufolge auch nur 6% aus, die sonstigen Ausgaben der Besucher in den Museen dagegen 14%. Der Anteil der staatlichen bzw. öffentlichen Finanzierung liegt bei 14% (vgl. AAMD 2016, S. 4).

nichts wussten und beim Eintritt in das Museum davon positiv überrascht wurden, gaben die Ersparnis in der Regel im Museum selbst aus. Diejenigen Besucher, welche hauptsächlich aufgrund des freien Eintritts gekommen waren, konsumierten dagegen kaum etwas im Museum (vgl. FELTER 2006, S. 55). **Insgesamt sanken die Einnahmen der US-Museen, ähnlich wie in Großbritannien, durch den freien Eintritt.** Gleichzeitig entstanden höhere Kosten durch den stärkeren Besucherzuspruch: Die Aufwendungen für die Sicherheit nahmen zu (die Ausstellungsobjekte wurden häufiger verbotswidrig berührt), für die Reinigung der Räumlichkeiten (verstärktes Aufkommen von Müll) und das teilweise erhebliche Gedränge in den Ausstellungsräumen erforderte mehr Sicherheitspersonal. Bei einigen Museumsvertretern führte dies zu der Einschätzung, dass der freie Eintritt den Besuch insgesamt abwerten und das ästhetische Erlebnis beeinträchtigen könnte. Ein anderer unerwarteter Aspekt trat in der Studie ebenfalls zu Tage: Die Bereitschaft der Besucher, Mitglied in den Förder- und Freundeskreisen der Eintritt freien Museen zu werden, nahm ab. Verantwortlich dafür war, dass der Anreiz des freien Eintritts, der mit diesen Mitgliedschaften normalerweise verbunden war, wegfiel.

6. Die Wirkungen des freien Eintritts auf den Besuch anderer Museen in Berlin

Die Einführung eines freien Eintritts in einem Museum wird zumeist von der Sorge begleitet, dass durch das kostenfreie Angebot Besucher von anderen Museen abgezogen werden könnten. Im Fall des HUMBOLDT FORUMS würde dieses insbesondere solche Museen betreffen, die eine geringere Prominenz besitzen, ein thematisch vergleichbares Ausstellungsangebot bereitstellen und in räumlicher Nähe gelegen sind. Im Angebot des HUMBOLDT FORUMS werden nach dem gegenwärtigen Stand mehrere Sparten vertreten sein, die im Spektrum von Ethnologie, Geschichte und Kunst-/Kulturgeschichte zu verorten sind. Hinzu kommen Elemente eines internationalen Ausstellungshauses, so dass eine inhaltliche Konkurrenzsituation zu zahlreichen Museen entstehen könnte. Vermutlich würden vor allem die Museen auf der Museumsinsel und das DEUTSCHE HISTORISCHE MUSEUM davon betroffen sein, sowie insbesondere der MARTIN-GROPIUS-BAU und das HAUS DER KULTUREN DER WELT.

Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass es sich bei diesen Substitutionseffekten um komplexe Wirkungsprozesse mit zahlreichen weiteren Einflussfaktoren handelt. Neben der inhaltlichen Konkurrenz der jeweiligen Ausstellungsangebote spielt die Prominenz und Attraktivität der Museen eine Rolle. Hinzu kommt die geografische Lage der Museen zueinander, die Preisrelationen der Tickets, der Anteil preisunempfindlicher, touristischer Besucher und der erforderliche Zeitaufwand für den Besuch. Bislang gibt es keine Studien, welche die Bedeutung dieser Faktoren systematisch und in ihrer Gesamtheit untersucht hätten. Zu einzelnen Aspekten liegen jedoch Erkenntnisse vor.

Aus einer wissenschaftlichen Perspektive ist die befürchtete Abwanderung von Besuchern in Richtung der freien Angebote keineswegs ausgemacht. So fanden CELLINI/CUCCIA auf Basis einer statistischen Zeitreihenanalyse, dass die Einführung eines entgeltfreien Sonntags im Monat in allen staatlichen Museen **Italiens** zu einer Steigerung der Besucherzahlen insgesamt führte. Und dieses sowohl in den Museen ohne Eintritt freien Tag wie auch in den Museen, die durchweg Eintritt erhoben. Die Zuwächse bewegten sich in einem Zeitraum von drei Jahren zwischen 4% und 14% (vgl. CELLINI/CUCCIA 2017, S. 1f). In einer weiteren Studie von CHEN ET AL wurde untersucht, wie sich die Einführung eines komplett freien Eintritts bei den staatlichen Museen in **Taiwan** auf die kostenpflichtigen, privaten Museen dort auswirkte. Auch wenn hier eine andere Untersu-

chungsanlage gegeben war, so bestätigten sich doch die Ergebnisse aus Italien. Auch in Taiwan nahmen die Besuche sowohl in den entgeltfreien wie auch den entgeltspflichtigen Museen deutlich zu (vgl. CHEN ET AL 2016).

Ähnliches ließ sich in **Stockholm** beobachten: Die Besuchszahlen der acht größten und kostenpflichtigen Museen der Stadt blieben unberührt davon, dass in den 12 staatlichen Museen der Stadt der Eintritt kostenlos war (vgl. ACTORI 2017, S. 72). Speziell das in Schweden national sehr bedeutende und nach wie vor entgeltpflichtige Museum – das WASA-MUSEUM – verzeichnete durch den freien Eintritt der anderen Museen Stockholms überhaupt keinen Besucherrückgang (vgl. THE LOCAL 2016). In **Großbritannien** stiegen seit Einführung des freien Eintritts in den staatlichen Museen die Besuchszahlen der weiterhin kostenpflichtigen Museen ebenfalls um 55%. Allerdings fiel das Wachstum bei ihnen geringer als bei den kostenfreien Museen aus, die im selben Zeitraum um 97% zulegten (vgl. ACTORI 2017, S. 75). Ähnliches wurde bei den Museen in **Paris** beobachtet: Dort stiegen die Besuchszahlen in den Eintritt freien Museen seit Einführung um 165%, in den kostenpflichtigen Museen nur um 60% (vgl. a.a.O., S. 74).⁸ Die Schlussfolgerung liegt nahe, dass Verluste an Besuchern auf Seiten der kostenpflichtigen Museen zwar möglich, aber nicht überschätzt werden sollten. Wahrscheinlich liegt die Wirkung auf die freien Museen eher in einem geringeren Wachstum der Besucherzahlen, was in weniger Wiederholungsbesuchen begründet ist. Allerdings ist bei diesen Vergleichen zu berücksichtigen, dass in den untersuchten Regionen bzw. Städten jeweils eine große Zahl an Museen kostenlos war. Ein einzelnes freies Museum inmitten einer großen Zahl kostenpflichtiger Häuser, wie dies beim HUMBOLDT FORUM in Berlin der Fall sein wird, dürfte noch geringere Kannibalisierungseffekte bewirken.

In mehreren Museumsbefragungen des Verfassers war ebenfalls erhoben worden, ob die Besucher aufgrund eines freien Eintritts – sei es nur an bestimmten Tagen oder bei einem durchgehend frei Eintritt – andere Museen **seltener** aufsuchen würden. Dies war im Ergebnis jedoch bei weniger als 10% der Fall, und trat selbst unter den örtlichen Besuchern kaum auf. Bei dem touristischen Publikum aus dem Bundesgebiet oder dem Ausland lagen die Anteile bei praktisch Null.⁹ Umgekehrt gaben ca. 20% der Besucher an, im Falle eines teilweise oder gänzlich freien Eintritts **häufiger** in andere Museen zu gehen, wobei der Wohnort überhaupt keine Rolle spielte. Auch hier bietet die erwähnte Framing-Theorie von TVERSKY/KAHNEMANN (1981) eine Erklärung an: Die Einsparungen für den freien Eintritt setzen zusätzliche Gelder für andere Museen oder kulturelle Aktivitäten frei, die entsprechend investiert werden. Dieses kann auch als Erklärung für die gleichzeitige Zunahme von kostenpflichtigen Besuchen bei Eintritt freien Museen im Umfeld angenommen werden (vgl. CELLINI/CUCCIA 2017, S. 16). Saldiert man die festgestellten Gewinne und (geringe) Verluste an Besuchen anderer Museen miteinander, **so würde der freie Eintritt unter dem Strich nichts ändern: Im Gegenteil, der freie Eintritt führt im Saldo zu leichten Besuchergewinnen bei den entgeltpflichtigen Museen. Der Zuwachs bei den Besuchen anderer Museen durch den freien Eintritt überkompensierte die Verluste.** Und dies selbst dort, wo die freien Eintritt gewährenden Museen hinsichtlich ihrer Größe, Prominenz und Qualität des Ausstellungsangebots eine dominierende Stellung in der Stadt besitzen (vgl. KLIMENT 2016).

⁸ Einschränkung ist hinzuzufügen, dass die Quellenangaben von ACTORI unvollständig sind und keinen direkten Nachvollzug der ermittelten Befunde erlauben.

⁹ Ein weiterer Effekt des freien Eintritts kommt allerdings hinzu: Es ist bekannt, dass Tourismusorganisationen und Reiseveranstalter ihre Kunden gern in freie Museen leiten. Die Ersparnis des freien Eintritts wird dabei häufig nicht an die Kunden weiter gegeben, was die Margen der Veranstalter erhöht. Auch Schulklassen, für die freie Eintritt besonders relevant ist, werden von den Lehrern vorzugsweise in die Eintritt freien Museen geführt. Diese Effekte wurden jedoch in ihrer Größenordnung bislang nicht systematisch untersucht und sind in der Höhe schwer abzuschätzen.

Andererseits ist zu beachten, dass das „mentale Kontensystem“ der Besucher nicht nur für Geld, sondern auch für den **Faktor Zeit** geführt wird, speziell bei den touristischen Besuchern des HUMBOLDT FORUMS. Diese werden nach den gegenwärtigen Planungen mit über 60% die Mehrheit der Besucher ausmachen (vgl. ACTORI 2017, S. 21). Wenn sich die auswärtigen Besucher auf Basis der aktuellen Tourismus-Statistiken im Mittel 2,5 Tage in Berlin aufhalten und der Gang ins HUMBOLDT FORUM mit allen Nebenaktivitäten (Erwerb eines freien Tickets, Wartezeiten am Eingang bzw. den Serviceeinrichtungen etc.) etwa einen halben Tag in Anspruch nimmt, und wenn man bei der Annahme bleibt, dass der Zeitrahmen für Museumsbesuche bei den auswärtigen Besuchern eine konstante Größe ist, sind bei den Touristen Substitutionseffekte des Besuchs im HUMBOLDT FORUM bei anderen Museen wahrscheinlich. Zeitmangel war ohnehin in praktisch allen der oben ausgewerteten Studien ein wichtiger oder der wichtigste Hinderungsgrund zum Museumsbesuch. **Allerdings: Dieser Effekt hat wenig mit dem freien Eintritt zu tun, sondern ergibt sich aus dem Umstand, dass ein großes, international bedeutendes und mit viel öffentlicher Aufmerksamkeit bedachtes Museum im Herzen von Berlin erstmalig eröffnet.**

Nimmt man die vorliegenden, in Deutschland und im internationalen Raum gewonnenen Ergebnisse zusammen, so wird mit folgenden Entwicklungen zu rechnen sein:

Einmal wird die Eröffnung des HUMBOLDT FORUMS vermutlich zu einer leichten Steigerung der Touristen in Berlin (HUF als neues „Must See“ in Berlin) und der Besucherzahlen in den Berliner Museen führen. Davon werden insbesondere die großen, prominenten und zentral gelegenen Museen der Stadt profitieren, wobei das jeweilige Ausstellungsangebot eher nachrangig ist.

Da zum Zweiten für die auswärtigen Besucher der freie Eintritt im HUMBOLDT FORUM nur eine sehr untergeordnete Rolle spielen wird, und diese zugleich die Mehrheit der Besucher darstellen, werden auf **Basis des freien Eintritts** allein kaum Substitutionseffekte bei den anderen, entgeltpflichtigen Museen auftreten.

Zum Dritten wird die Ersparnis des Eintritts im HUF tendenziell den umliegenden, entgeltpflichtigen Museen zu Gute kommen.

Schließlich: Bedingt durch die **begrenzten Zeitbudgets** für den Museumsbesuch, speziell der touristischen Besucher die über 60% des Publikums ausmachen (Actori 2017, S. 21), sind allerdings auch Verdrängungswirkungen auf die anderen Berliner Museen möglich und wahrscheinlich. **Diese Substitutionseffekte sind aber in erster Linie durch die Eröffnung eines neuen Museums von internationalem Rang verursacht, und würden auch bei einem entgeltpflichtigen Eintritt auftreten.**

Eine genaue Prognose ist wegen der vielfältigen und teilweise gegenläufigen Wirkungen aktuell nicht möglich. Zudem ist z.Zt. nicht genau abschätzbar, wieviel freie Tage die umliegenden Museen im Monat am Ende einführen werden. Insgesamt wird aber folgende Entwicklung am wahrscheinlichsten sein: Die erwähnten Effekte werden sich in der Summe teilweise gegenseitig saldieren, auf eine größere Zahl von Museen in Berlin Mitte verteilen und damit aus der Sicht des einzelnen Hauses überschaubar bleiben. Unter dem Strich ist aber mit leichten Besucherverlusten bei den umliegenden, entgeltpflichtigen Museen durch die Eröffnung des HUF zu rechnen. Zudem kann nach den zahlreichen in- und ausländischen Beispielen davon ausgegangen werden, dass der Besucherzustrom in das HUMBOLDT FORUM nach ca. 3-4 Jahren nachlassen und der eher geringe Verdrängungseffekt weiter zurück gehen wird.

7. Auswirkungen des freien Eintritts auf andere Museen in Deutschland

Das Humboldt Forum Berlin ist das größte nationale Museum in Deutschland, ausgestattet mit erheblichen Mitteln und an zentraler Stelle inmitten der Hauptstadt gelegen. Auch wenn die Eröffnung von einer Verschiebung und Diskussionen um das zukünftige Angebot und Konzept begleitet ist, verfügt es jetzt schon über ein herausragendes nationales und internationales Renommee. Vor diesem Hintergrund sind die nachfolgenden Überlegungen der Frage gewidmet, inwieweit dem Modell freier Eintritt im HUF eine Vorreiterfunktion über das konkrete Beispiel hinaus zukommen kann. Dazu wird ein schlaglichtartiger Blick ohne Anspruch auf Vollständigkeit auf die politische Diskussion um das Thema freier Eintritt im Bund, in den Ländern und Kommunen geworfen.¹⁰

Aktuell nimmt die Debatte um den freien Eintritt an Fahrt auf: Im November 2018 wurde im **Landtag von Nordrhein-Westfalen** von der SPD der Antrag eingebracht, die Landesmuseen vom Eintritt in die ständigen Sammlungen frei zu stellen, was bei der dortigen CDU/FDP-Mehrheit allerdings auf Ablehnung stieß (vgl. LANDTAG NRW 2018). Drei Jahre zuvor war von der CDU eine ähnliche Anfrage an die damalige SPD/Grüne-Landesregierung gerichtet worden, wobei explizit auf den großen Besuchererfolg des FOLKWANG MUSEUMS verwiesen wurde (vgl. LANDTAG NRW 2015). Auch dieser Antrag war, mit dem Hinweis auf die mangelnden Einflussmöglichkeiten des Ministeriums auf die Preisgestaltung (die Mehrzahl der Häuser befinde sich in kommunaler Trägerschaft) und eine wiss. Studie abgelehnt worden. Im **Kölner Rat** war im Herbst 2018 von den Fraktionen der SPD, Linke und Bunte die Forderung formuliert worden, bei sämtlichen der neun städtischen Museen den Eintritt abzuschaffen. Dem wurde von den regierenden Mehrheitsfraktionen aus CDU/Grünen zwar nicht entsprochen, der Antrag aber zur weiteren Prüfung an die Verwaltung verwiesen (vgl. KÖLNER STADTANZEIGER 2018). In **Bremen** wurde die Forderung nach freiem Eintritt in die Bremer Museen in Form einer Großen Anfrage an die Landesregierung herangetragen. Die Entgeltbefreiung wurde abgelehnt. Begründet wurde dies mit dem Verweis auf die Mitnahmeeffekte des klassischen Kulturpublikums bzw. der größeren Wirksamkeit anderer Zugangsbarrieren, drohenden Einnahmeverlusten, schädigende Auswirkungen auf andere Museen und fehlenden Sponsoren. Zudem wurde darauf verwiesen, dass in den Bremer Museen bereits ein breites Instrumentarium unterschiedlichster Ermäßigungen eingesetzt würde (vgl. BREMISCHE BÜRGERSCHAFT 2017). In **Hessen** wurde im Februar 2017 eine Kleine Anfrage bezüglich des freien Eintritts in die Kultureinrichtungen des Landes von Bündnis 90/Die Grünen an die Landesregierung formuliert. Die Antwort des Ministeriums verwies auf die zahlreichen positiven Erfahrungen mit der vorhandenen Preisgestaltung und den Ermäßigungen für zahlreiche Zielgruppen und Zeiten, weitergehende Pläne gäbe es dagegen nicht (vgl. HESSISCHER LANDTAG 2017). Im **Bayerischen Landtag** wurde eine Schriftliche Anfrage von der SPD an die Landesregierung mit Blick auf die vorhandenen Ermäßigungen und freien Eintritte in die Museen des Freistaats gerichtet, ohne dass hier allerdings konkrete Maßnahmen gefordert worden wären (vgl. BAYERISCHER LANDTAG 2015). Schließlich wurde im **Ausschuss für Kultur und Bildung des DEUTSCHEN BUNDESTAGS** eine Expertenanhörung zum Thema Freier Eintritt in Kultureinrichtungen durchgeführt. Die anwesenden Experten äußerten sich dabei durchweg skeptisch zu den niedrigschwelligen Wirkungen des freien Eintritts. Weder wurde dort eine dauerhafte Steigerung der Besuchszahlen, noch die sozialstrukturelle Verbreiterung des Publikums durch die Maßnahme gesehen. Im Gegenzug wurden die Verluste an Eigeneinnahmen der Museen und die sogar noch steigenden Kosten für Vermittlung und Service betont (vgl. DEUTSCHER BUNDESTAG 2018). Insofern ist das Thema freier Eintritt zwar auf der kulturpolitischen Agenda. In den o.g. Fällen wurden die Forde-

¹⁰ Die Recherche zu diesem Abschnitt endete im April 2019.

rungen eines freien Eintritts aber zumeist von den jeweiligen Oppositionsparteien eingebracht, was politisch nicht mehrheitsfähig war. Die Kulturverwaltungen stehen diesen Bestrebungen in den meisten Fällen ebenfalls skeptisch gegenüber.

Der freie Eintritt ist in Deutschland kein Novum. Bis in die 1980er Jahre hinein gab es hierzulande in zahlreichen Museen den kostenlosen Zugang. Heute bieten von den aktuell 6.771 gezählten Museen immerhin 35% - zumeist sind es die kleinen Häuser – einen freien Eintritt (vgl. IFM BERLIN 2019). Am ehesten findet sich die Praxis einer zeitweiligen Aussetzung des Eintritts von mehreren Monaten, wie bei der HAMBURGER KUNSTHALLE und der KUNSTHALLE BIELEFELD (beide in 2016).

Aktuell bieten neben dem erwähnten MUSEUM FOLKWANG in Essen die städtischen Museen in **Dortmund** ab 2019 einen durchgehend kostenlosen Zugang. Dazu gehören das MUSEUM OSTWALL im Dortmunder U, das MUSEUM FÜR KUNST UND KULTURGESCHICHTE, das BRAUEREI-MUSEUM und das HOESCH-MUSEUM. Das KINDERMUSEUM ADLERTURM und das WESTFÄLISCHE SCHULMUSEUM erheben schon länger kein Eintrittsgeld mehr. Das MUSEUM FÜR NATURKUNDE, das derzeit wegen Renovierungsarbeiten geschlossen ist, kommt Ende 2019 als siebtes Museum dazu (vgl. TOURISMUS NRW 2018). Diese Regelung löst eine ältere Maßnahme ab, bei der man mit einem einmaligen Eintritt von 5 Euro das ganze Jahr über kostenlos die Dauerausstellungen in diesen Museen besuchen konnte, was aber nur von wenigen Besuchern wahrgenommen wurde (vgl. NORDSTATDBLOGGER 2018). In **Köln** bietet das MUSEUM FÜR ANGEWANDTE KUNST KÖLN ebenfalls einen freien Eintritt in die ständige Sammlung für alle Kölner.

Vor allem Berlin hat bereits eine hohe Dichte an kostenlosen Museumsangeboten. Das Online-Hauptstadt-Portal listet mehr als 50 Museen und Gedenkstätten mit kostenlosen Eintritten auf. Umsonst sind zum Beispiel Besuche im Mies van der Rohe-Haus oder im Energie-Museum Berlin. Gleich vier kostenlose Museen befinden sich unter dem Dach der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. In der Hauptstadt ist dies der Tränenpalast und das Museum in der Kulturbrauerei (DDR-Alltagskultur). In Leipzig bietet die Stiftung freien Zugang zum Zeitgeschichtlichen Forum und in Bonn zum Haus der Geschichte. Auch in München bieten 15 Museen kostenlosen Eintritt an, darunter etwa die Artothek und Bildersaal, das Paläontologische Museum oder die private Sammlung Goetz. In weitere neun Museen kommt man sonntags zum Schnäppchenpreis von einem Euro, darunter auch die Pinakotheken (vgl. Rometsch 2019).

Auch einige prominente Museen in **Stuttgart** hatten zeitweilig den Zugang kostenlos gestellt. Nachdem zuerst das LANDESMUSEUM WÜRTTEMBERG und das STADTPALAIS zum Jahresbeginn 2018 den Eintritt frei stellten, zog später dann auch die STAATSGALERIE STUTTGART nach. Bei letzterer war die Maßnahme allerdings auch dem 175. Jubiläum sowie der schwierigen Situation des Umbaus geschuldet. Gegenfinanziert wurde der freie Eintritt durch Freundeskreise und Großsponsoren aus der Region (vgl. STUTTGARTER ZEITUNG 2018). Mit Jahresbeginn 2019 sind LANDESMUSEUM und STAATSGALERIE nun wieder komplett entgeltpflichtig, nur das STADTPALAIS ist weiterhin entgeltfrei. Die Ergebnisse der hier im Spätsommer 2018 durchgeführten Evaluationen durch Nora Wegner (2019) wurden weiter oben bereits berichtet. Die Entwicklung in Dortmund ist dagegen noch offen. Der sehr mäßige Besuchererfolg mit dem vorherigen Preisbundling von nur 5 Euro für 7 Museen über ein Jahr, was fast einem Gratiseintritt gleichkommt, lassen die Erwartungen aber nicht in den Himmel wachsen. Es wird abzuwarten sein, inwieweit hier neue Erkenntnisse zu den Wirkungen des freien Eintritts sichtbar werden.

Bislang zeigen vor allem die internationalen Beispiele, dass ein konsequent umgesetzter freier Eintritt in einem Land erhebliche Ausstrahlungseffekte besitzen kann. Nachdem Großbritannien unter New Labour als europäischer Leuchtturm für den freien Eintritt fungierte, zogen Museen in den USA, Frankreich, Dänemark und Schweden nach. Allerdings ist die Situation insofern nicht vergleichbar, als ein durchgängiger Gratiseintritt in

sämtlichen nationalen Museen eines Landes, wie in GB eine andere Zugkraft besitzt, als die zumeist nur temporäre oder halbherzige Befreiung vom Eintritt bei einigen wenigen großen Museen in Deutschland. Umsetzbar waren die Bestrebungen einer egalitären Eintrittspraxis ohnehin immer erst dann, wenn entsprechende, i.d.R. sozialdemokratische Mehrheiten, das Vorhaben verwirklichen konnten.

Auf der Ebene der Museen scheint es so zu sein, dass die weit überwiegende Mehrzahl der Museumsdirektoren einen freien Eintritt ebenfalls ablehnt. Der politische Druck, nicht unnötig auf Eigeneinnahmen zu verzichten und die Handlungsfähigkeit des Museums für Aufkäufe, Vermittlung und Service zu wahren, steht dabei im Vordergrund. Der Wegfall des Eintrittspreises würde nur dann auf Entgegenkommen stoßen, wenn – wie im Fall des FOLKWANG MUSEUMS und der Museen in Stuttgart – eine vollständige Kompensation der entgangenen Einnahmen stattfindet. Dass die Museen aus eigener Kraft mit Hilfe von Sponsoren und Spendern die Einnahmeausfälle ausgleichen könnten, bedarf weit größerer Anstrengungen als z.Zt. und ist beim gegenwärtigen Entwicklungsstand bestenfalls für eine kleine Zahl von besonders prominenten Museen leistbar. Als eine Kompromisslösung zeichnet sich zunehmend das **Modell zeitlich begrenzter oder zielgruppenbezogener freier Eintritte ab**. Aktuell setzen immer mehr Museen auf einen freien Tag pro Woche oder Monat, oder auf ein Pay-What-You-Want Modell. Zu nennen etwa die städtischen Museen in Köln und Düsseldorf, das Lehmbruck Museum in Duisburg, sämtliche elf Museen des Landschaftsverbandes Rheinland, die städtischen Museen in Frankfurt a.M., neun Museen in München und a.m. (vgl. ROMETSCH 2019, ausführlich IFM BERLIN 2019, S. 5ff).

Die Signalkraft des Beispiels HUMBOLDT FORUM würde dann erhöht, wenn die in den freien Eintritt gesetzten Hoffnungen deutlich erfüllt würden. Zwar werden durch den sofort bei der Eröffnung gegebenen freien Eintritt keine Vergleichszahlen über den Publikumszuspruch ohne diese Maßnahme verfügbar sein. Die zahlreichen hier gesichteten nationalen und internationalen Untersuchungen lassen aber erwarten, dass in Bezug auf die soziale Öffnung des Publikums von Anfang an erhebliche Zweifel am Erfolg der Maßnahme angemeldet werden müssen.

Zusammengefasst wären Chancen auf Ausstrahlungseffekte des Modells HUMBOLDT FORUM dann gegeben, wenn der freie Eintritt (überraschend) die in ihn gesetzten Erwartungen erfüllen würde, politische Mehrheiten in den Ländern bzw. Kommunen bereit ständen, den freien Eintritt umzusetzen und entsprechende Budgets zur Kompensation der Einnahmeverluste zur Verfügung ständen. Zwar ist der politisch-administrative Prozess vielstimmig und bewegt. Angesichts der überwiegend ablehnenden Haltung in Politik und den Kulturverwaltungen, wie auch aufgrund der bislang kritischen wissenschaftlichen Befunde zum freien Eintritt, ist dies aktuell weniger zu erwarten.

8. Bewertung und Schlussfolgerungen

Nach Sichtung einer umfangreichen Zahl von in- und ausländischen Untersuchungen lässt sich eine Reihe von Schlussfolgerungen ziehen. Dabei ist hervorzuheben, dass die internationalen Beispiele, seien es Großbritannien, die USA, Frankreich, Schweden u.a. mit den Erfahrungen in Deutschland in verblüffendem Maße übereinstimmen. Die Auswirkungen des freien Eintritts sind von großer Einheitlichkeit, Eindeutigkeit und transferierbar auf unterschiedliche nationale bzw. kulturpolitische Kontexte. Die nachstehend formulierten Prognosen können demzufolge als gut abgesichert betrachtet werden:

1. *Der freie Eintritt führt im Regelfall zu einer erheblichen Zunahme der Besuche bei bestehenden Museen. Beim HUF ist wegen der Prominenz des Museums und dem freien Eintritt vom Start weg mit einem starken Besucherandrang zu rechnen. Dieser Besucherzustrom wird vermutlich nach ca. 3-4 Jahren signifikant zurückgehen. Sollte der freie Eintritt dann zusätzlich zurück genommen werden, wäre vor dem Hintergrund der Erfahrungen in den USA, GB, Frankreich oder Schweden mit Besucherverlusten zwischen 30% und 60% zu rechnen.*
2. *Bei dem touristischen Publikum, das im HUF die Mehrheit der Besucher ausmachen wird, wird der freie Eintritt für ca. 8-9 von 10 Besuchern nicht relevant sein. Dieses Publikum kommt vor allem wegen der Neuartigkeit, Prominenz und Qualität des Ausstellungsangebots im HUF. Gleichzeitig wird die Zahlungsbereitschaft in dieser Gruppe nicht abgeschöpft.*
3. *Der zu erwartende Besucherandrang im HUF wird vornehmlich auf Mitnahmeeffekten beim klassischen Kulturpublikum basieren. Zudem fallen die Wiederholungsbesuche in dieser Gruppe überdurchschnittlich hoch aus. Der freie Eintritt wird, von wenigen Ausnahmen abgesehen, kaum zu einer sozialen Öffnung des Publikums führen. Speziell bei sozial benachteiligten, kulturfernen Gruppen wird die Attraktivität des HUF trotz des freien Eintritts gering bleiben.*
4. *Familien, Schüler und Studierende, sowie kulturraffine Personen im Nahbereich des HUF werden den freien Eintritt besonders intensiv nutzen. Wiederholungsbesuche sind hier häufig anzutreffen. Diese bringen zwar wenig zusätzliche Diversität ins Publikum, sind aber für die zukünftige Publikumsbindung bedeutsam.*
5. *Die Motivstruktur der Besucher wird durch den freien Eintritt im HUF heterogener: Die Besucher werden in Teilen weniger kunstaffin und stärker unterhaltungsorientiert sein. Der Museumsbesuch ist hier noch mehr Ausdruck einer erlebnisorientierten und gruppenbezogenen Freizeitgestaltung.*
6. *Die Ausgaben pro Kopf der Besucher im HUF für Restaurant/Café, Shop, Service, Vermittlung etc. werden durch den freien Eintritt nur wenig gesteigert und unwesentlich über jenen vergleichbar großer Museen in Berlin liegen.*
7. *Die Effekte des freien Eintritts im HUF auf die Besuche der großen entgeltspflichtigen Museen im Umfeld des HUF werden weniger spürbar sein. Unter dem Strich wären hier sogar Zugewinne bei den Besuchern durch den freien Eintritt möglich.*
8. *Schwerer wiegt dagegen ein anderer Faktor, nämlich die Eröffnung des HUF selbst, als ein neues, mit großer öffentlicher Aufmerksamkeit bedachtes Museum von internationalem Rang. Durch die begrenzten Zeitbudgets, speziell der mehrheitlich auswärtigen Besucher, werden einige Gruppen für den Besuch im HUF auf den Gang in benachbarte Museen verzichten. Diese Verdrängungswirkung verteilt sich allerdings auf zahlreiche Museen in der Stadt und wird nach ca. 3-4 Jahren abnehmen (siehe Punkt 1).*
9. *Die Einführung Eintritt freier Tage in den umliegenden Museen wird – je nach Ausgestaltung des freien Angebots - diesen Effekt etwas abfedern. Sollte nur ein freier Tag im Monat gewährt werden, wird sich die Kompensationswirkung stark in Grenzen halten.*
10. *Angesichts der überwiegend zögerlichen Haltung in Politik und den Kulturverwaltungen zum freien Eintritt, den meist fehlenden Budgets zur Kompensation der Einnahmeverluste und den sehr skeptisch stimmenden Ergebnissen zu den Publikumswirkungen, sind positive Ausstrahlungseffekte des Modells HUF auf*

andere Museen im Lande kurz- und mittelfristig kaum zu erwarten. Eher wird sich das Modell einzelner, Eintritt freier Tage ausdehnen. Dieses speziell in Berlin (um den in einigen Museen befürchteten Besucherverlusten entgegenzusteuern), aber auch in den Ländern und Kommunen.

Im Gesamtbild würden Ermäßigungen für jüngere Besucher bzw. Touristen (vorzugsweise bis 25 Jahren), Familien und Empfänger von Transferleistungen vermutlich den gleichen Effekt wie den gänzlich kostenfreien Eintritt bewirken. Abschließend sollen auf Basis dieser Thesen einige Empfehlungen für den Umgang mit dem freien Eintritt im HUMBOLDT FORUM formuliert werden.

9. Abschließende Empfehlungen

Die nachfolgenden Empfehlungen konzentrieren sich auf Aspekte des Museumsbesuchs, und nicht auf alternative Preisstrategien, wie „Pay-What-You-Want“, Besucherspenden, „Dynamisches Pricing“ u.ä. Diese Optionen wurden im Gutachten von Actori (2017) bereits erörtert, zudem gilt der freie Eintritt zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts bereits als gesetzt.

Zunächst sollte deutlich geworden sein, dass der freie Eintritt kein Selbstläufer ist, sondern eher eine zusätzliche Herausforderung bedeutet. Dies beginnt bei intensiven Marketingaktivitäten, um den freien Eintritt überhaupt in der Fläche zu kommunizieren (speziell beim touristischen bzw. internationalen Publikum), geht über ein attraktives Programm für Sammlung und Sonderausstellungen, gute Aufenthalts- und Servicequalitäten bis hin zu den erforderlichen Vermittlungsaufgaben. Speziell das Ziel, museumsferne Gruppen in das HUMBOLDT FORUM zu bringen, darf angesichts der zu erwartenden, geringen Wirkungen auf die Diversität des Publikums nicht aus den Augen verloren werden. Vermittlungsbedarf besteht weiterhin, der freie Eintritt ändert daran nichts. Im Gegenteil: Der zu erwartende Publikumsandrang und ein verstärkt in das Haus kommendes, jüngeres und eher unterhaltungsorientiertes Publikum mit mehr Distanz zur Hochkultur bedürfen zusätzlicher Maßnahmen.

Das meint auch die weiterhin gegebene Notwendigkeit zielgruppengerechter Angebote im Rahmen des externen *Audience Developments*. Hier wurden beispielsweise mit gezielten Outreach-Programmen für Schulen sehr gute Erfahrungen gesammelt.¹¹ Und dies speziell unter Schülern von Haupt- und Gesamtschulen, die – trotz der umfangreichen Ermäßigungen - sonst nicht ins Museum gelangten (vgl. KLIMENT 2017a). Kooperationen mit den Berliner Universitäten, Hochschulen und Schulen sind für die Kommunikation und das erfolgreiche Vermarkten des freien Eintritts im HUMBOLDT FORUM ebenfalls besonders erfolgversprechend. Aussichtsreich für ein diverseres Publikum sind die Empfehlungen, Museen als sog. „*Third Places*“ bzw. „*Good Neighbours*“ zu positionieren. Museen sind in dieser Lesart nicht nur eine Freizeit- und Tourismusattraktion, sondern auch Eventlocation, Treffpunkt von Gemeinschaften, informeller Lernort und ein Festort kultureller Vielfalt (vgl. dazu etwa MANDEL 2016). Das kann etwa bedeuten, das HUMBOLDT FO-

¹¹ So evaluierte der Verfasser über einen Zeitraum von mehreren Jahren den sog. „Museumsbus“ der Stadt Köln. In diesem Programm werden Unter- und Mittelstufen-Schüler aller Schultypen aus dem Umland Kölns zu ausgewählten Kölner Museen gebracht, wo sie an Filmvorführungen, Museumsführungen und Kreativ-Workshops teilnahmen. Die Effekte des kostenlosen Programms wurden an 700 Schülern geprüft. Es ergab sich ein breiter Fächer positiver Wirkungen auf die Kreativität, kunstbezogenen Einstellungen sowie zum Museumsbesuch. Am deutlichsten und nachhaltigsten waren die Effekte bei Haupt- und Realschülern (vgl. KLIMENT 2017a).

RUM in die Berliner Bezirke zu verlängern, dort Ausstellungen oder Events umzusetzen, und dies in einer Weise, welche die Lebenswirklichkeit der Betroffenen aufgreift.

Nicht zu unterschätzen, und das zeigen alle Besucherstudien, ist eine positive Willkommenskultur im Museum selbst, die den Besucher auf angenehme Weise, freundlich, und zugänglich begrüßt. Dieser „Wohlfühlfaktor“ in Verbindung mit einer guten und ausreichend dimensionierten Service-Infrastruktur im Bereich Gastronomie, Shops, Sitzgelegenheiten etc. macht für den durchschnittlich interessierten Besucher einen Großteil des Gesamterlebnisses aus (vgl. KLIMENT 2017; LAUKNER 2008). Dieses wird auch im HUMBOLDT FORUM so sein, zumal dann, wenn ein internationales Publikum ins Haus kommt, das entsprechende Standards gewohnt ist.

Die Senkung von Besuchsbarrieren durch den freien Eintritt impliziert aber auch, dass das HUMBOLDT FORUM teilweise mit solchen Besuchern konfrontiert werden wird, wo Populäres und Erlebnis eine größere Rolle als beim traditionellen Kulturpublikum spielen. Möchte man ein jüngeres und sozial breiteres Publikum gewinnen, ist eine Auseinandersetzung damit unerlässlich. Dieses bedeutet nicht die Aufgabe von künstlerischer Ambition. Wohl aber ein sensibles Austarieren des Verhältnisses zwischen eigenem Anspruch, Erwartungen des klassischen Stammpublikums und dem Bedürfnis nach mehr Populärem in Teilen der eher preissensiblen Besucher. Hier geht es um das Bauen von Brücken und einem Umgang auf Augenhöhe.¹²

Der freie Eintritt hebt von Anfang an das Image des HUMBOLDT FORUMS in der Öffentlichkeit, zumal dies dem selbst gesetzten Anspruch, ein Haus für Alle zu sein, unmittelbar reflektiert. Diese Reputation wird sich im Kontext der besonderen, nationalen und internationalen Bedeutung des Museums kapitalisieren lassen: Bei den Besuchern durch das Einwerben von Spenden (bzw. ggfls. ergänzenden *Pay-What-You-Want*-Einnahmen), das Generieren von Mitgliedschaften in Freundeskreisen und Fördervereinen, das Einwerben von Sponsoring- und Fundraising-Geldern bei Unternehmen, und durch Medienpartnerschaften, die dem HUMBOLDT FORUM öffentliche Präsenz sichern. Den Einnahmenverlusten des freien Eintritts kann so zumindest teilweise entgegen gewirkt werden.

Sofern baulich, organisatorisch und technisch möglich, sollten die Sonderausstellungen im HUMBOLDT FORUM allerdings kostenpflichtig belassen werden. Die daraus entstehenden Einnahmen könnten ebenfalls genutzt werden, um Vermittlungsaktivitäten zu finanzieren. Schließlich empfiehlt es sich, die Auswirkungen der Eröffnung des HUF und des freien Eintritts durch eine entsprechende Begleitforschung zeitnah zu evaluieren, um Trends zu erkennen und frühzeitig Anpassungen vornehmen zu können.

¹² So mag für den Museumsdirektor ein spektakuläres Exponat, eine ungewöhnliche Sonderausstellung u.ä. die Qualität seines Angebots besonders prägen. Dagegen zeigen Besucherumfragen in Museen, dass selbst bei vergleichsweise hohen Ticketpreisen bis zu einem Viertel der Besucher sich kaum für die ausgestellte Kunst interessiert, sondern aus anderen Gründen kommt (vgl. KLIMENT 2017).

Literatur

ACTORI (2017): Bewertung von Pricing-Modellen für das Humboldt Forum. Unveröff. Abschlussunterlage. Berlin.

ANDERSON, ROBERT (1998): Is Charging Economic? Journal of Cultural Economics, Vol. 22, Iss. 2-3, 1998. S. 179-187.

ART NEWS (2018): From \$29 to Absolutely Free: More Than 200 U.S. Art Museums by Admission Price. In: <http://www.artnews.com/2018/01/10/30-absolutely-free-200-u-s-art-museums-admission-price>. Letzter Zugriff am 06.12.2018.

ASSOCIATION OF ART MUSEUMS DIRECTORS (AAMD) (2016): Art Museums by Numbers 2016. In: <https://aamd.org/sites/default/files/document/Art%20Museums%20By%20the%20Numbers%202016.pdf>. Letzter Zugriff am 06.12.2018.

ARTAMIS KULTURMANAGEMENT (2001): Eintritt frei in Museen? Chancen, Risiken und Alternativen aus der Sicht des Museums-Marketing. In: Museumskunde, Bd. 66, 1/2001, S. 123-127.

ASHWORTH, JOHN AND PETER JOHNSON (1996): Sources of "Value for Money" for Museum Visitors: Some Survey Evidence. In: Journal of Cultural Economics, 20/1996. S. 67-83.

ASSOCIATION OF INDEPENDENT MUSEUMS (2016): Success Guide. Successfully Setting Admission Policy and Pricing. Schropshire/GB.

BAYERISCHER LANDTAG (2015): Antwort des Staatsministeriums für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst vom 20.03.2015. Drucksache 17/5838, 24.04.2015. München

BREMISCHE BÜRGERSCHAFT (2017): Kostenfreier Zugang zu Museen in Bremen. Antwort des Senats auf die Große Anfrage der Fraktion DIE LINKE. Drucksache 19/589, 19.09.2017. Bremen.

BROWN, MARK (2011): National Museums double Visitor Numbers in Decade of Free Entry. In: <https://www.theguardian.com/culture/2011/dec/01/national-museums-double-numbers-free-entry>. Letzter Zugriff am 28.10.2018.

CELLINI, ROBERTO and TIZIANA Cuccia (2017): How Free Admittance Affects Charged Visits to Museums: An Analysis of the Italian Case. Unpublished Paper. University of Catania/Italy.

CHEN, C.M.; CHEN, Y.C. AND Y.C. TSAI (2016): Evaluating Museum Free Admission Policy. In: Annals of Tourism Research, 58, 1, S. 156-170.

COWELL, BEN (2007): Measuring the Impact of Free Admission. In: Cultural Trend, Vol. 16, No. 3, 2007, S. 203-224.

CULTUR ÉTUDES (2009): La Gratuité dans le Musées et Monuments en France 2009. Report.

DC RESEARCH (2016): Taking Charge - Evaluating the Evidence: The Impact of Charging or not for Admissions on Museums. Final Report. Leicester/GB.

DEUTSCHER BUNDESTAG (2018): Ausschuss für Kultur und Medien. Wortprotokoll der 15. Sitzung. Protokoll-Nr. 19/15. Manuskript. Berlin.

DILENSCHNEIDER, COLLEEN (2018): Do Free Museums Attract Lower Income Visitors? In: <https://www.colleendilen.com/2018/03/14/free-museums-attract-lower-income-visitors-data>. Letzter Zugriff am 22.10.2018.

DILENSCHNEIDER, COLLEEN (2017): Blaming Admission Cost for Lack of Cultural Center Attendance. In: <https://www.colleendilen.com/2017/01/11/distraction-blaming-admission-cost-for-cultural-center-attendance-data>. Letzter Zugriff am 22.11.2018.

DILENSCHNEIDER, COLLEEN (2015): How Free Admission Really Affects Museum Attendance. In: <http://www.colleendilen.com/2015/08/12/how-free-admission-really-affects-museum-attendance-data>. Letzter Zugriff am 22.10.2018.

EIDELMAN, JACQUELINE und BENOÎT CÉROUX (2009): La Gratuité dans les Musées et Monuments en France: Quelques Indicateurs de Mobilisation des Visiteurs. In: Culture Études 2009, 2. Département des Études, de la Prospective et des Statistiques.

EUROPÄISCHE KOMMISSION (2013): Eurobarometer Special Surveys. Cultural Access and Participation. Factsheet Germany. In: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_fact_de_en.pdf. Letzter Zugriff am 15.10.2019.

EUROSTAT (2015): Culture Statistics – Frequency and Obstacles in Participation. In: https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Culture_statistics_-_frequency_and_obstacles_in_participation#Cultural_participation.C2.A0.E2.80.93.C2.A0attending_cultural_events_or_visiting_cultural_sites. Letzter Zugriff am 9.11.2018.

EXQUIRO MARKET RESEARCH (2006): Statens Museer för Världskultur-, Publikundersökningar pa Etnografiska Museet. Sommaren 2006. Report.

FALK, MARTIN AND TALLY GATZ-GERRO (2016): Cultural Participation in Europe: Can we Identify Common Determinants? In: Journal of Cultural Economics, No. 40, S. 127-162.

FELTER, GYPSY (2006): Is the Price Right? Admission Fees and Free Admission in American Art Museums. MA-Thesis. J.F.K. University. Pleasant Hill/CA.

FOLKWANG MUSEUM ESSEN (2017): Neue Zielgruppen und Verdopplung der Besuchszahlen im Museum Folkwang. Besucheranalyse 2017 bestätigt Erfolg des freien Eintritts. In: Letzter Zugriff am 29.03.2019.

GÜNTER, BERND (2016): Freier Eintritt ins Museum? Eine alte, immer neue Diskussion. In: KulturBetrieb. Ausgabe 2, Mai 2016. S. 66-67.

HAUSMANN, ANDREA (2006): Preispolitische Optionen zur Erlösoptimierung von Museumsbetrieben. In: ZöG, Band 29, 3, S. 241-258.

HESSISCHER LANDTAG (2017): Kleine Anfrage der Abg. Feldmayer und May (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN) vom 08.02.2017 betreffend kostenloser und vergünstigter Eintritt in Kultureinrichtungen des Landes und Antwort des Ministers für Wissenschaft und Kunst. Drucksache 19/4507, 16.05.2017. Wiesbaden.

IFM BERLIN (Hg.) (2019): Freier Eintritt, Ermäßigungen und Eintrittspreise der Museen in Deutschland. Synopse. Nr. 54. Hg. vom Institut für Museumsforschung. Berlin.

IFM BERLIN (Hg.) (2017): Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2016. Hg. vom Institut für Museumsforschung. Heft 71. Berlin.

JÄGER, HEIDI (2019): Freier Eintritt ins Potsdam Museum bis Jahresende. In: POTSDAMER NEUESTE NACHRICHTEN, in: <https://www.pnn.de/kultur/testphase-verlaengert-freier-eintritt-ins-potsdam-museum-bis-jahresende/23991372.html>. Letzter Zugriff am 03. März 2019.

KEUCHEL, SUSANNE und ANDREAS WIESAND (2003): Kulturbarometer. Bonn.

KIRCHBERG, VOLKER (1998): Entrance Fees as a Subjective Barrier to Visiting Museums. In: Journal of Cultural Economics 32, S. 1-13.

KLIMENT, TIBOR (2018): Der Ertrag des freien Eintritts. Eine empirische Untersuchung der Wirkungen des Grateintritts auf den Museumsbesuch am Beispiel des Museums Folkwang in Essen. Unveröffentlichtes Manuskript. Rheinische FH Köln. Köln.

KLIMENT, TIBOR (2018a): Fast-Besucherbefragung zur Nutzung der freien Szene Köln. Hg. vom Kulturrat der Stadt Köln. Bericht. Köln.

KLIMENT, TIBOR (2017): Besucherforschung und Museum. Praktische Hinweise zu einem schwierigen Verhältnis. In: PREUß, KRISTINE UND FABIAN HOFMANN (Hg.): Kunstvermittlung im Museum. Ein Erfahrungsraum. Münster, New York. S. 155-170.

KLIMENT, TIBOR (2017a): „Wallraf – Der Museumsbus“. Befunde einer quantitativen Wirkungsevaluation. In: KONIETZKO, SEBASTIAN; KUSCHEL, SARAH UND VANESSA-ISABELLE REINWAND-WEISS (Hg.): Von Mythen zu Erkenntnissen. Empirische Forschung in der Kulturellen Bildung. S. 199-218. München.

KLIMENT, TIBOR (2016): Synopse der Ergebnisse aus Besucherbefragungen in NRW-Museen. Unveröff. Manuskript. Rheinische FH Köln. Köln.

KLIMENT, TIBOR (2015): Familie im Museum als Forschungsgegenstand. Ergebnisse aus Kölner Besucherstudien. In: Rheininform 02/2015. Hg. vom Landschaftsverband Rheinland. Köln. S. 13-20.

KÖLNER STADTANZEIGER (2018): Antrag gescheitert. Doch kein freier Eintritt für Museen in Köln, 28.09.2018. <https://www.ksta.de/koeln/koeln-archiv/antrag-gescheitert-doch-kein-freier-eintritt-fuer-museen-in-koeln-31362662>. Letzter Zugriff: 10.11.2018.

LANDTAG NRW (2018): Antrag der Fraktion der SPD: Freie Eintritte in NRW-Museen. Drucksache 17/3593, 11.09.2018. Düsseldorf.

LANDTAG NRW (2015): Kleine Anfrage 4091 des Abgeordneten Prof. Dr. Dr. Thomas Sternberg CDU: Welche kulturpolitischen Konsequenzen zieht die Landesregierung aus den positiven Erfahrungen mit einem freien Eintritt im Museum Folkwang in Essen und in der Bielefelder Kunsthalle, um den Besuch von Museen für Bürgerinnen und Bürger attraktiver zu machen? Drucksache 16/10329, 25.11.2015. Düsseldorf.

LAMPI, ELINA und MATILDA ORTH (2009): Who Visits the Museums? A Comparison between Stated Preferences and Observed Effects of Entrance Fees. In: KYKLOS, Vol. 62, No. 1, 2009, S. 85-102.

LE GALL-ELY, MARINE ET AL. (2008): Free Admission to Museums and Monuments: An Exploration of some Perceptions of the Audiences. In: International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing. Nr. 13, 2008. S. 57-72.

LAUKNER, TANJA (2008): Besucherbindung im Museumsmanagement. Die Bindungsklebstoffe bei Kunstmuseen. Marburg.

MALLONEE, LAURA C. (2015): Looking at the Data Behind Free Museum Admission. In: <https://hyperallergic.com/229835/looking-at-the-data-behind-free-museum-admission>. Letzter Zugriff: 24.10.2018.

MANDEL, BIRGIT (HG.) (2016): Teilhabeorientierte Kulturvermittlung. Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens. Bielefeld.

MORI HOUSE (2003): The Impact of Free Entry to Museums. Report. London/GB.

MUSEUM FOLKWANG (2017): Neue Zielgruppen und Verdopplung der Besuchszahlen im Museum Folkwang. Besucheranalyse 2017 bestätigt Erfolg des freien Eintritts. Pressemitteilung Museum Folkwang. Essen. In: [https://www.museum-folkwang.de/fileadmin/_BE_Gruppe_Folkwang/Dokumente/2017_Pressemitteilungen/](https://www.museum-folkwang.de/fileadmin/_BE_Gruppe_Folkwang/Dokumente/2017_Pressemitteilungen/Presseinformati-) Presseinformati-

on_Museum_Folkwang_Besucherbefragung_2017__freier_Eintritt_2017_10_23.pdf. Letzter Zugriff am 28.03.2019.

NATIONAL ENDOWMENT OF ARTS (NEA) (2015): When Going Gets Tough. Barriers and Motivations Affecting Arts Attendance. NEA Research Report 59. Washington D.C.

NICKEL, SUSANNE (2008): ABM, Access und freier Eintritt. Ein Blick auf schwedische Museumsprojekte. In: Museumskunde 2008, Bd. 73, 1, S. 101-107.

NORDSTADTBLOGGER (2018): Freier Eintritt in die Dauerausstellungen: Die städtischen Museen in Dortmund sollen Orte der Begegnung werden. In: <https://www.nordstadtblogger.de/freier-eintritt-in-die-dauerausstellungen-die-staedtischen-museen-in-dortmund-sollen-orte-der-begegnung-werden/>. Letzter Zugriff am 15.12.2018.

NOTTEN, NATASCHA ET AL. (2015): Educational Stratification in Cultural Participation: Cognitive Competence or Status Motivation? In: Journal of Cultural Economics, No. 39, S. 177-203.

OELSCHLÄGER, VOLKER (2018): Freier Eintritt zum Museum. In: MÄRKISCHE ALLGEMEINE, in: <https://www.maz-online.de/Lokales/Potsdam/Beschlusszu-freiem-Eintritt-fuer-Potsdam-Museum>. Letzter Zugriff am 10.12.2018.

OFFICE OF POLICY AND ANALYSIS (2007): Going Free? Smithsonian Institution. Washington/USA.

Rauterberg, Hanno (2008): Schafft die Eintrittsgelder ab! Viele Museen in London und Paris sind wieder frei zugänglich. Worauf warten die deutschen Städte noch? In: DIE ZEIT, <https://www.zeit.de/2008/06/Museumseintritt>. Letzter Zugriff am 05.02.2019.

RCMG (2006): What did you learn at the museum today? Second Study. Research Centre for Museums and Galleries at the University of Leicester. Final Report. Leicester.

RCMG (2003): Measuring the Outcomes and Impact of Learning in Museums, Archives and Libraries. Research Centre for Museums and Galleries at the University of Leicester. Report. Leicester.

RENZ, THOMAS (2016): Nicht-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience-Development. Bielefeld.

REUBAND, KARL-HEINZ (2012): Kulturelle Partizipation im Langzeitvergleich. In: **BEKMEIER-FEUERHAHN, SIGRID** u.a. (Hg.): Zukunft Publikum. S. 229-263. Bielefeld.

ROMETSCH, CLAUDIA (2019): Warum immer mehr Museen freien Eintritt bieten. In: https://www.handelsblatt.com/arts_und_style/lifestyle/trend-warum-immer-mehr-museen-freien-eintritt-bieten/23872700.html. Letzter Zugriff am 30.03.2019.

RP ONLINE (2019): Museum Folkwang verdreifacht seine Besucherzahl. In: https://rp-online.de/nrw/kultur/museum-folkwang-in-essen-vervielfacht-besucherzahl_aid-36816959. Letzter Zugriff am 28.03.2019.

RP ONLINE (2017): Freier Eintritt bringt Folkwang doppelt so viele Besucher. In: https://rp-online.de/kultur/freier-eintritt-bringt-folkwang-doppelt-so-viele-besucher_aid-20858141. Letzter Zugriff am 28.03.2019.

RP ONLINE (2016): Museum Folkwang verdoppelt seine Besucherzahlen. In: https://rp-online.de/kultur/museum-folkwang-in-essen-verdoppelt-seine-besucherzahlen_aid-21477029. Letzter Zugriff am 29.03.2019.

SCHALUSCHKE, ANJA (2016): Freier Eintritt ins Museum? Eine alte, immer neue Diskussion. In: KulturBetrieb, Nr. 5, 2016, S. 68-69.

Statistics New Zealand (2003): A Measure of Culture. Cultural Experiences and Cultural Spending in New Zealand. In: <http://archive.stats.govt.nz/~media/Statistics/browse-categories/people-and-communities/timeuse/measure-of-culture/measure-of-culture.pdf>. Letzter Zugriff am 20. Dezember 2018.

STUTTGARTER ZEITUNG (2018): Ausstellung zum 175. Geburtstag ist kostenlos. In: <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.print.735a1035-9c2c-468a-99cd-0be06f5cc77a.presentation.print.v2.html>. Letzter Zugriff am 28.10.2018.

STADT ESSEN (2017): Neue Zielgruppen und Verdopplung der Besuchszahlen im Museum Folkwang. In: https://www.essen.de/meldungen/pressemeldung_1117340.de.html. Letzter Zugriff am 29.03.2019.

THE LOCAL (2016): Many of Sweden's Most Popular State-Owned Museums are Now Free to Visit After a Change in the Law. In: <https://www.thelocal.se/20160202/now-its-free-to-go-to-swedish-museums>. Letzter Zugriff am 29.10.2018.

TOURISMUS NRW (2018): Freier Eintritt für Dortmunder Museen beschlossen. In: <https://www.touristiker-nrw.de/freier-eintritt-fuer-dortmunder-museen-beschlossen>. Dortmund. Letzter Zugriff am 04.12.2019.

TVERSKY, AARON und DANIEL KAHNEMAN (1981): The Framing Decision and the Psychology of Choice. In: Science, No. 211, S. 453-458.

WALTERS ART MUSEUM (2007): Launch of Free Admission a Resounding Success for Baltimore Museum of Art and Walters Art Museum. In: <http://Thewalters.org/Press>. Letzter Zugriff am 28.10.2018.

WANG, YI-LAN (2012): A Study on Issues of "Free Admission" of Public Museums in New Taipei City. In: http://etd.lib.nsysu.edu.tw/ETD-db/ETD-search/view_etd?URN=etd-1218112-001419. Letzter Zugriff am 13.12.2018.

Veröffentlichungen aus dem Institut für Museumsforschung

Zu beziehen durch: Institut für Museumsforschung, In der Halde 1, 14195 Berlin,
Tel.: (0 30) 8 30 14 60, Fax. (0 30) 8 30 15 04, E-Mail: ifm@smb.spk-berlin.de
(Stand April. 2019)

Materialien aus dem Institut für Museumskunde

- Heft 1: Christof Wolters, Objektdokumentation : Benutzerhandbuch, Datenerfassung und Datenkorrektur. Berlin 1982 (211 S.), ISSN 0931-7961 Heft 1 (**vergriffen**)
- Heft 2: Peter-Georg Hausmann , Objektdokumentation : Beispiele von Korrekturprodukten ; Beiheft zum Benutzerhandbuch Datenerfassung und Datenkorrektur, Berlin 1982 (61 S.), ISSN 0931-7961 Heft 2 (**vergriffen**)
- Heft 3: Christof Wolters, Informationssystem Museumsobjekte : Bericht über das 1978 - 1980 im Auftrag des Deutschen Museumsbundes e.V. durchgeführte Pilotprojekt; MUSDOK. Berlin 1982. ISSN 0931-7961 Heft 3 (**vergriffen**)
- Heft 4: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1981. Berlin 1982 (30 S.), ISSN 0931-7961 Heft 4 (**vergriffen**)
- Heft 5: G.S. Hilbert, Eine neue konservatorische Bewertung der Beleuchtung in Museen. Berlin 1983 (67 S.) ISSN 0931-7961 Heft 5
- Heft 6: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1982. Berlin 1983 (25 S.), ISSN 0931-7961 Heft 6 (**vergriffen**)
- Heft 7: Andreas Grote, Materialien zur Geschichte des Sammelns. Zwei Vorträge in Israel 1982 und 1983. Englisch mit deutschen Resümees. Berlin 1983 (63 S.) ISSN 0931-7961 Heft 7
- Heft 8: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1983. Berlin 1984 (25 S.) ISSN 0931-7961 Heft 8
- Heft 9: Hans-Joachim Klein, Analyse der Besucherstrukturen an ausgewählten Museen in der Bundesrepublik Deutschland und in Berlin (West), Berlin 1984 (220 S), ISSN 0931-7961 Heft 9
- Heft 10: Eintrittsgeld und Besuchsentwicklung an Museen der Bundesrepublik Deutschland mit Berlin (West), Berlin 1984 (36 S.) ISSN 0931-7961 Heft 10 (**vergriffen**)
- Heft 11: Annette Noschka-Roos, Bibliographie-Report ... zu den Gebieten Museologie, Museumspädagogik und Museumsdidaktik. Berlin 1984. ISSN 0931-7961 Heft 11 (**vergriffen**)
- Heft 12: Andreas Grote Wissenschaftliche Volontäre an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West), Berlin 1985. ISSN 0931-7961 Heft 12 (**vergriffen**)
- Heft 13: Carlo Saro und Christoph Wolters, Handbuch Datenerfassung: Kleine Museen. Berlin 1985. ISSN 0931-7961 Heft 13 (**vergriffen**)
- Heft 14: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1984. Berlin 1985 (32 S.) ISSN 0931-7961 Heft 14
- Heft 15: Hanno Möbius, Entwicklung von Museumskonzeptionen in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West) : 1974 - 1985. Berlin 1985 (46 S.) ISSN 0931-7961 Heft 15 (**vergriffen**)
- Heft 16: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1985. Including an English Summary. Berlin 1986 ISSN 0931-7961 Heft 16
- Heft 17: Hans-Joachim Klein, Gutachten zur Änderung der Öffnungszeiten an den Staatlichen Museen. Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Berlin 1986 ISSN 0931-7961 Heft 17 (**vergriffen**)
- Heft 18: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1986. Including an English Summary. Berlin 1987 ISSN 0931-7961 Heft 18
- Heft 19: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1985. Including an English Summary. Berlin 1986 ISSN 0931-7961 Heft 19 (**vergriffen**)
- Heft 20: Wissenschaftliche Volontäre an den Museen und Denkmalämtern der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West), Berlin 1987 (131 S.), ISSN 0931-7961 Heft 20 (**vergriffen**)
- Heft 21: Petra Schuck-Wersig; Martina Schneider; Gernot Wersig, Wirksamkeit öffentlichkeitsbezogener Massnahmen für Museen und kulturelle Ausstellungen : including an English summary / Petra Schuck-Wersig ; Martina Schneider ; Gernot Wersig, Berlin 1987, (94 S.) ISSN 0931-7961 Heft 21
- Heft 22: Traudel Weber, Annette Noschka: Texte im Technischen Museum. Textformulierung und Gestaltung, Verständlichkeit, Testmöglichkeiten. Including an English Summary. Berlin 1987 ISSN 0931-7961 Heft22
- Heft 23: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1987. Including an English Summary. Berlin 1988 (46 S.), ISSN 0931-7961 Heft 23
- Heft 24: Carlos Saro und Christof Wolters, EDV-gestützte Bestandserschließung in kleinen und mittleren Museen : Including an English summary ; Das Projekt "Kleine Museen" wurde in Zusammenarbeit mit den Museumsämtern Rheinland und Westfalen-Lippe durchgeführt ; Der Bericht umfaßt den Zeitraum 1984-1987, Berlin 1998 (82 S.) ISSN 0931-7961 Heft 24

- Heft 25: Petra Schuck-Wersig, Gernot Wersig, Museen und Marketing. Marketing-konzeptionen amerikanischer Großstadtmuseen als Anregung und Herausforderung. Berlin 1988 (106 S.), ISSN 0931-7961 Heft 26 **(vergriffen)**
- Heft 26: Andrea Prehn, Versicherung in Museen und Ausstellungen, Berlin 1989 (103 S.), ISSN 0931-7961 Heft 26**(vergriffen)**
- Heft 27: Annette Noschka-Roos, Monika Hagedorn-Saupe, Museumspädagogik in Zahlen - Erhebungsjahr 1988, Berlin 1998 (77 S.), ISSN 0931-7961 Heft 27 **(vergriffen)**
- Heft 28: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) für das Jahr 1988. Including an English Summary. Berlin 1989 (56 S.), ISSN 0931-7961 Heft 28
- Heft 29: Annette Noschka-Roos, Bibliographie-Report ... zu Museologie, Museumspädagogik, Museumsdidaktik und Besucherforschung, Berlin 1989 (289 S.), ISSN 0931-7961 Heft 29 **(vergriffen)**
- Heft 30: Jane Sunderland und Lenore Sarasan, Was muß man alles tun, um den Computer im Museum erfolgreich einzusetzen? Mit einer Einleitung von Christof Wolters. Berlin 1989 (79 S.), ISSN 0931-7961 Heft 30
- Heft 31: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland samt Berlin (West) mit Besuchszahlenangaben zu den Museen der (ehemaligen) DDR für das Jahr 1989. Berlin 1990 (64 S.), ISSN 0931-7961 Heft 31
- Heft 32: Hans-Joachim Klein und Barbara Wüsthoff-Schäfer, Inszenierung an Museen und ihre Wirkung auf Besucher. Karlsruhe 1990 (141 S.), ISSN 0931-7961 Heft 32
- Heft 33: Christof Wolters, Wie muß man seine Daten formulieren bzw. strukturieren, damit ein Computer etwas Vernünftiges damit anfangen kann? Berlin 1991 (133 S., 64 Abb.), ISSN 0931-7961 Heft 33
- Heft 34: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1990. Berlin 1991 (80 S.), ISSN 0931-7961 Heft 34
- Heft 35: Sigrid Heinze, Andreas Ludwig, Geschichtsvermittlung und Ausstellungsplanung in Heimatmuseen - eine empirische Studie in Berlin. Berlin 1992. (234 S.), ISSN 0931-7961 Heft 35
- Heft 36: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1991. Berlin 1992 (80 S.), ISSN 0931-7961 Heft 36
- Heft 37: Petra Schuck-Wersig, Gernot Wersig, Museen und Marketing in Europa. Großstädtische Museen zwischen Administration und Markt. Berlin 1992 (146 S.), ISSN 0931-7961 Heft 37
- Heft 38: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1992. Berlin 1993 (96 S.), ISSN 0931-7961 Heft 38
- Heft 39: Bibliographie-Report 1993 zu Museologie, Museumspädagogik und Museumsdidaktik und Besucherforschung. Berlin 1993, (280 S.), ISSN 0931-7961 Heft 39
- Heft 40: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1993. Berlin 1994 (104 S.), ISSN 0931-7961 Heft 40
- Heft 41: Monika Hagedorn-Saupe, Annette Noschka-Roos, Museumspädagogik in Zahlen, Erhebungsjahr 1993, Berlin 1994 (112 S.), ISSN 0931-7961 Heft 41
- Heft 43: Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1994. Berlin 1995 (104 S.), ISSN 0931-7961 Heft 43
- Heft 44: Annette Noschka-Roos, Referierende Bibliographie zur Besucherforschung, Berlin 1996 (96 S.), ISSN 0931-7961 Heft 44
- Heft 45: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1995. Berlin 1996 (104 S.), ISSN 0931-7961 Heft 45
- Heft 46: Eintrittspreise von Museen und Ausgabeverhalten von Museumsbesuchern, Berlin 1996 (145 S.), ISSN 0931-7961 Heft 46
- Heft 47: Anne Claudel, Bibliographie zum Einsatz des Computers bei Sammlungsmanagement und -dokumentation. Berlin 1997 (88 S.), ISSN 0931-7961 Heft 47
- Heft 48: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1996. Berlin 1997 (96 S.), ISSN 0931-7961 Heft 48
- Heft 49: Angelika Costa, Mary Copple, Sebastian Fehrenbach, Bernhard Graf, Besucherreaktionen zum Katalogverkauf in Ausstellungen, Beispielfall: Sonderausstellung "Exil - Flucht und Emigration europäischer Künstler 1933 - 1945", Berlin 1998 (103 S.), ISSN 0931-7961 Heft 49
- Heft 50: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1997. Berlin 1998 (104 S.), ISSN 0931-7961 Heft 50

Heft 51: Anne Mikus, Beispielhafte Konzepte für Museumseigene Publikationen, Produkte, deren Vertrieb und Vertriebspartner, Kurzfassung einer Studie der Staatlichen Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz.

2. Aufl. Berlin 2000 (100 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 51

Heft 52: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1998. Berlin 1999 (100 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 52

Heft 53: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1999. Berlin 2000 (104 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 53

Heft 54: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2000. Berlin 2001 (104 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 54

Heft 55: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2001. Berlin 2002 (104 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 55

Heft 56: Monika Hagedorn-Saupe, Henry Kleinke, Annett Meineke, Sabine Thänert, Lange Nacht der Museen – eine empirische Untersuchung in Berlin, Berlin 2003 (96 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 56

Heft 57: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2002. Berlin 2003 (96 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 57

Heft 58: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2003. Berlin 2004 (96 S.)
ISSN 0931-7961 Heft 58

Heft 59: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2004. Berlin 2005 (96 S.)
ISSN 0931-7961 Heft 59

Materialien aus dem Institut für Museumforschung

Heft 60: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2005. Berlin 2006 (96 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 60

Heft 61: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2006 Including an English Summary, Berlin 2007 (96 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 61

Heft 62: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2007 Including an English Summary, Berlin 2008 (96 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 62

Heft 63: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2008 Including an English Summary, Berlin 2009 (103 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 63

Heft 64: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2009 Including an English Summary, Berlin 2010 (96 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 64

Heft 65: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2010 Including an English Summary, Berlin 2011 (96 S.),
ISSN 0931-7961 Heft 65

Heft 66: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2011. Berlin 2012 (96 S.)
ISSN 0931-7961 Heft 66

Heft 67: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2012. Berlin 2013 (96 S.)
ISSN 0931-7961 Heft 67

Heft 68: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2013. Berlin 2014 (104 S.)
ISSN 0931-7961 Heft 68

Heft 69: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2014. Berlin 2015 (104 S.)
ISSN 0931-7961 Heft 69

Heft 70: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2015. Berlin 2016 (104 S.)
ISSN 0931-7961 Heft 70

Heft 71: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2016. Berlin 2017 (104 S.)
ISSN 0931-7961 Heft 71

Heft 72: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2017. Berlin 2018 (104 S.)
ISSN 0931-7961 Heft 72

Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumkunde

Nr. 1: Christof Wolters: Computereinsatz im Museum: Normen und Standards und ihr Preis. Berlin 1994 (38 S.)
ISSN 1436-4166 Nr. 1

Nr. 2: Jochen Schmitt, Rechtsfragen des Volontariats, Gutachten, erstattet im Auftrag der Stiftung Preußischer Kulturbesitz Berlin 1994 (24 S.)
ISSN 1436-4166 Nr. 2

- Nr. 3: Organisation und Kosten des Computereinsatzes bei Inventarisierung und Katalogisierung, Workshop im Konrad-Zuse-Zentrum für Informationstechnik Berlin 18.-19. Oktober 1994, Berlin 1997 (48 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 3
- Nr. 4: Das Institut für Museumskunde der Staatlichen Museen zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz, Kurzdarstellung der Arbeit, Berlin 1995 (20 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 4
- Nr. 5: Monika Löcken: Wissenschaftliche Volontariate an den Museen in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1996 (30 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 5
- Nr. 6: Hans-H. Clemens, Christof Wolters: Sammeln, Erforschen, Bewahren und Vermitteln, – Das Sammlungsmanagement auf dem Weg vom Papier zum Computer, Berlin 1996 (75 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 6
- Nr. 7: Zusammenstellung von Eintrittspreisregelungen und Öffnungszeiten ausgewählter Museen in westeuropäischen Großstädten, Berlin 1996 (48 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 7
- Nr. 8: Workshop zum Sammlungsmanagement, Berlin 29.10.1996: Friedrich Waidacher; Vom redlichen Umgang mit Dingen – Sammlungsmanagement im System musealer Aufgaben und Ziele, Berlin 1997 (24 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 8
- Nr. 9: Réunion des organisateurs des grandes expositions, Empfehlungen für die Organisation großer Ausstellungen, Überarbeitete Auflage Okt. 2003 Berlin (48 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 9
- Nr. 10: Regine Scheffel: Positionspapier zu Tätigkeitsbereich und Berufsbild in der Museumsdokumentation, Berlin 1997 (48 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 10
- Nr. 11: Monika Hagedorn-Saupe, Andrea Prehn: Mögliche Veränderungen der Öffnungszeiten der Staatlichen Museen zu Berlin. Eine Besucherbefragung, Berlin 1997 (39 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 11
- Nr. 12: Angelika Costa, Mary Copple, Sebastian Fehrenbach, Bernhard Graf, Untersuchung der Akzeptanz des akustischen Führungssystems „Inform“ im Pergamonmuseum, Berlin 1997 (33 S.) ISSN 1436-4166 Nr. 12
- Nr. 13: Petra Schuck-Wersig, Gernot Wersig, Andrea Prehn: Multimedia-Anwendungen in Museen, Berlin 1998 (198 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 13
- Nr. 14: Kunstmuseen und Urheberrecht in der Informationsgesellschaft, Dokumentation einer Arbeitstagung der VG Bild-Kunst, des Instituts für Museumskunde der Staatliche Museen zu Berlin-PK und der Kulturstiftung der Länder am 12. Juni 1998, Berlin 1999 (90 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 14
- Nr. 15: Friedrich Waidacher: Museologische Grundlagen der Objektdokumentation, Berlin 1999 (24 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 15
- Nr. 16: Museumsberatung als Beruf? Berliner Herbsttreffen zur Museumsdokumentation, Workshop am 27. Oktober 1998, Jim Blackaby, Richard Light, John Will, Berlin 2000 (50 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 15
- Nr. 17: Annett Rymarcewicz: Gesundheitsaufklärung in Ausstellungen – ein Besucherforschungsprojekt am Deutschen Hygiene-Museum, Dresden, Berlin 1999 (35 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 17
- Nr. 19: W. Eckehart Spengler: Thesaurus zu Ackerbaugerät, Feldbestellung – Landwirtschaftliche Transport- und Nutzfahrzeuge – Werkzeuge (Holzbearbeitung), 2. unveränderte Auflage, Berlin 2000 (92 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 19
- Nr. 20: Museumspädagogik in technischen Museen - Dokumentation des 1. Symposiums 14. bis 17. Juni 1999 in Berlin. Berlin 2000 (74 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 20
- Nr. 21: Steffen Krestin: Impressionen einer internationalen Tagung – CIDOC 1997 in Nürnberg, Berlin 2000 (52 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 21
- Nr. 22: Vorababdruck aus Heft 22, Ulrich Lange, Dokumentation aus der Sicht des Trainers, Workshop Berlin 30.10.2000, Berlin 2000 ISSN 1436-4166 Nr. 22
- Nr. 23: Akustische Führungen in Museen und Ausstellungen. Bericht zur Fachtagung im Filmmuseum Berlin 2001, Berlin 2002 (80 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 23 Dokumentation des 2. Symposiums 1. bis 2. Oktober 2000 in Mannheim, Berlin 2002, (44 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 24
- Nr. 25: Methodische Anregungen zu Umweltausstellungen, Beiträge aus der Veranstaltung der Alfred Toepfer Akademie für Naturschutz (NNA), (67 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 25
- Nr. 26: Science Center, Technikmuseum, Öffentlichkeit, Workshop "Public Understanding of Science" II, 3. Symposium „Museumspädagogik in technischen Museen“, vom 9. bis 12. September 2001 im Deutschen Museum, München, (84 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 26
- Nr. 27 (nicht erschienen)
- Nr. 28: Hans Walter Hütter, Sophie Schulenburg: Museumsshops - ein Marketinginstrument von Museen, Berlin 2004 (121 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 28
- Nr. 29: Anne-Katrin Wienick: Kultursponsoring – eine Untersuchung zur Zusammenarbeit von Berliner Museen und Unternehmen, Berlin 2004, (153 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 29

- Nr. 30: Bernhard Graf, Astrid B. Müller (Hrsg.): Ausstellen von Kunst und Kulturen der Welt, Tagungsband, Berlin 2005 (144 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 30
- Nr. 31: Regine Stein u.a.: Das CIDOC Conceptual Reference Model: Eine Hilfe für den Datenaustausch? Berlin 2005 (35 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 31
- Nr. 32: Hanna Marie Ebert: Corporate Collections, Kunst als Kommunikationsinstrument in Unternehmen, Berlin 2005 (S. 103), ISSN 1436-4166 Nr. 32
- Nr. 33: Laura Wittgens: Besucherorientierung und Besucherbindung in Museen
Eine empirische Untersuchung am Fallbeispiel der Akademie der SMB, Berlin 2005 (128 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 33
- Nr. 34: Petra Helck, Editha Schubert, Ellen Riewe: Absolventenbefragung des Studiengangs Museumskunde an der FHTW Berlin, Berlin 2005 (51 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 34
- Mitteilungen und Berichte aus dem
Institut für Museumsforschung**
- Nr. 35: Petra Schuck-Wersig, Gernot Wersig: Die Staatlichen Museen zu Berlin und ihre Besucher, Zusammenfassung aus den Jahren 2001-2004, Berlin 2006 (S. 129), ISSN 1436-4166 Nr. 35
- Nr. 36: Alexandra Donecker: Untersuchungen der Besucherresonanz zur Sonderausstellung „WeltSpielZeug“ im Ethnologischen Museum Berlin, Berlin 2007 (S. 164) ISSN 1436-4166 Nr. 36
- Nr. 37: Hannah Bröckers: Das Museum als Event: Museen in der Erlebnisgesellschaft, Berlin 2007 (S. 94), ISSN 1436-4166 Nr. 37
- Nr. 38: Stephan Schwan, Helmuth Trischler, Manfred Prenzel (Hrsg.): Lernen im Museum: Die Rolle der Medien, Berlin 2006 (S. 163) ISSN 1436-4166 Nr. 38
- Nr. 39: Corina Meyer, Museale Präsentation und Vermittlung von Kunstgewerbe - am Beispiel des Kunstgewerbemuseums Berlin, Berlin 2007 (126 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 39
- Nr. 40: Charlotte Bristot, Marketing für Museen als systematischer Managementprozess, Berlin 2007 (238 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 40
- Nr. 41: Brinda Sommer, Gesellschaftliches Erinnern an den Nationalsozialismus: Stolpersteine wider das Vergessen, Berlin 2007 (137 S.) ISSN 1436-4166 Nr. 41
- Nr. 42: Judith Kühnle, Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit von Berliner Galerien, Berlin 2007 (181 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 42
- Nr. 43: Denis Schäfer, PDA: Mobiles Informationssystem für die Besucherbetreuung im Museum - Dokumentation und Diskussion ausgewählter Beispiele - Berlin 2008 (88 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 43
- Nr. 44: Claudia Wahl, Theresia Sager, Katja Leikam, Annika Opitz, Qualität im Museum, Berlin 2008, (73 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 44
- Nr. 45: Paul Klimpel (Hrsg.), Im Schatten der Verwertungsinteressen – Filmarchive, Film-museen und das Urheberrecht - Juristisches Symposium der Deutschen Kinemathek. Berlin 2007 Berlin 2008, (82 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 45
- Nr. 46: Monika Hagedorn-Saupe (Hrsg.): Wissen durch Vernetzung – Kulturgutdigitalisierung in Deutschland und Europa Tagungsband – Berlin 2007 Berlin 2008 (S. 144),ISSN 1436-4166 Nr. 46
- Nr. 47: Paul Klimpel (Hrsg.): Zwischen technischem Können und rechtlichem Dürfen - Filme und Digitalisierung in Museen und Archiven, 2. Juristisches Symposium der Deutschen Kinemathek Berlin 2008 Berlin 2009 (S. 194),ISSN 1436-4166 Nr.47
- Nr. 48: Wilhelm Krull und Bernhard Graf (Hrsg.): „Was heißt und zu welchem Ende betreibt man Forschung in Museen?“ Tagungsband Berlin 2007. Berlin 2009 (118 S.), ISSN 1436-4166 Nr.48
- Nr. 49: Paul Klimpel (Hrsg.): Öffentliche Archive – „Geheime“ Informationen. Der Umgang mit sensiblen Daten in Filmmuseen, Archiven und Mediatheken. 3. Juristisches Symposium der Deutschen Kinemathek Berlin 2009, Berlin 2010 (S. 196), ISSN 1436-4166 Nr. 49
- Nr. 50: Paul Klimpel und Jürgen Keiper (Hrsg.): Ins Netz gegangen- neue Wege zum kulturellen Erbe Konferenz Berlin 2011, Berlin 2012 (S. 175), ISSN 1436-4166 Nr. 50
- Nr. 51: Denis Schäfer: Der Besucherservice – Empfehlungen für die Organisation und Optimierung des Besucherdienstes in Museen und Ausstellungen, Berlin 2013 (S. 67), ISSN 1436-4166 Nr. 51
- Nr. 52: Johanna Kovar-Eder und Norbert Niedernostheide (Hrsg.): Deutschlands naturkundlichen Sammlungen – Erhaltung der Vielfalt als gesamtgesellschaftliche Aufgabe Gemeinsame Tagung von DNFS (Deutsche naturwissenschaftliche Forschungs-sammlungen) und DMB (Deutscher Museum Bund), Berlin 15. Februar 2013, (74 S.) ISSN 1436-4166 Nr. 52
- Nr. 53: Beatrice Miersch: Die Marke Menzel. Interdisziplinarität als Schlüssel einer publikumswirksamen Ausstellung in der Alten Nationalgalerie Berlin, Berlin 2015 (144 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 53

- Nr. 54: Institut für Museumsforschung (Hrsg.):
Synopsis. Freier Eintritt, Ermäßigungen und
Eintrittspreise der Museen in Deutschland.
Berlin 2019 (46 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 54
- Nr. 55: Tibor Kliment: Der freie Eintritt im Muse-
um: Auswirkungen auf die Publikumsgewin-
nung, Einnahmen und umgebenden Museen
im Kontext des Humboldt Forum Berlin. Berlin
2019 (37 S.), ISSN 1436-4166 Nr. 55

**Materialien aus dem
Institut für Museumskunde
- Sonderhefte -**

- Nr. 1: Günther S. Hilbert: Vocabulary of Museum
Security Terms, Berlin 2000, (284 S.),
ISSN 0931-4641 Sonderheft 1 **(vergriffen)**
- Nr. 2: nestor / Institut für Museumskunde, Nicht
von Dauer – Kleiner Ratgeber für die Bewah-
rung digitaler Daten in Museen, Berlin 2004,
(52 S.), ISSN 0931-4641 Sonderheft 2
- Nr. 3: Monika Hagedorn-Saupe/Axel Ermert
(Hrsg.): A Guide to European Museum Statis-
tics, Berlin 2004, (203 S.),
ISSN 0931-4641 Sonderheft 3
- Nr. 4: Susanna Petterson, Monika Hagedorn-
Saupe, Teijamari Jyrkkiö; Astrid Weij (Hrsg.):
Encouraging Collections Mobility –
A way forward for museums in Europe –
Berlin/Helsinki 2010, (336 S.),
ISSN 0931-4641 Sonderheft 4
- Nr. 5 Institut für Museumsforschung (Hrsg.),
Spectrum 3.1 (deutsche Fassung). Berlin
2013 (419 S.), ISSN 0931-4641 Sonderheft 5

**Berliner Schriften zur Museumskunde
Zu beziehen über den Gebr. Mann
Verlag, Berlin**

- Bd. 1: Günther S. Hilbert: Sammlungsgut in Si-
cherheit. 3. vollständig überarbeitete und er-
weiterte Auflage, Berlin 2002
ISBN 3-7861-2348-9
- Band 2: Hans-Joachim Klein und Monika Bach-
mayr: Museum und Öffentlichkeit. Fakten und
Daten - Motive und Barrieren. Berlin 1981.
ISBN 3-7861-1276-2 **(vergriffen)**
- Band 3: Ausstellungen - Mittel der Politik? : ein
Symposium / veranstaltet vom Institut für
Museumskunde, Berlin, Staatliche Museen
Preußischer Kulturbesitz und vom Institut für
Auslandsbeziehungen, Stuttgart, Berlin, 10. -
12. September 1980. [Red.: Klaus Bleker ...].
- Berlin / Mannheim 1981. - 315 S., [13] Bl.,
ISBN 3-7861-1316-5 **(vergriffen)**
- Band 4: Bernhard Graf und Heiner Treinen: Be-
sucher im Technischen Museum. Zum Besu-
cherverhalten im Deutschen Museum Mün-
chen. Berlin 1983.
ISBN 3-7861-1378-5 **(vergriffen)**

- Bd. 5: Wolfger Pöhlmann: Handbuch zur Ausstel-
lungspraxis von A – Z,
ISBN 978-3-7861-1692-9 **(vergriffen)**
- Band 6: Günther S. Hilber: Sammlungsgut in Si-
cherheit. 2: Lichtschutz, Klimatisierung. - Ber-
lin : Mannheim,
ISBN 3-7861-1452-8 **(vergriffen)**
- Band 7: Martin Roth: Heimatmuseum. Zur Ge-
schichte einer deutschen Institution. Berlin
1990. ISBN 3-7861-1452-8
- Band 8: Hans-Joachim Klein: Der gläserne Besu-
cher. Publikumsstrukturen einer Museums-
landschaft. Berlin 1990,
ISBN 3-7861-1452-8
- Band 9: Kirsten Fast (Hrsg.): Handbuch muse-
umpädagogischer Ansätze. Opladen 1995.
ISBN-3-8100-0944-9

**Zu beziehen über die GWV-
Fachverlage, Wiesbaden:**

- Bd. 10: Andreas Grote (Hrsg.): Macrocosmos in
Microcosmo. Die Welt in der Stube, Zur Ge-
schichte des Sammelns 1450 bis 1800.
Opladen 1994, ISBN 3-8100-1048-0
- Bd. 11: Annette Noschka-Roos: Besucherfor-
schung und Didaktik. Ein museumspädagogi-
sches Plädoyer. Opladen 1994. ISBN 3-8100-
1049-9
- Bd. 12: Anne Mikus: Firmenmuseen in der Bun-
desrepublik, Schnittstelle zwischen Kultur und
Wirtschaft. Opladen 1997.
ISBN 3-8100-1486-9
- Bd. 14: Ralf-Dirk Henning : Digitalisierte Bilder
im Museum, Technische Tendenzen und orga-
nisatorisches Umfeld. Opladen 1996.
ISBN 3-8100-1483-4
- Bd. 15: Petra Schuck-Wersig, Gernot Wersig:
Museumsmarketing in den USA. 1999,
ISBN 3-8100-2078-8
- Bd. 16: Gabriele König: Kinder- und Jugend-
museen. Genese und Entwicklung einer Muse-
umsgattung. Impulse für besucherorientierte
Museumskonzepte, Opladen 2002.
ISBN 3-8100-3299-9
- Bd. 17: Kurt Winkler: Museum und Avantgarde,
2002, ISBN 3-8100-3504-1
- Bd. 18: Susan Kamel:, Wege zur Vermittlung von
Religion in Berliner Museen, Black Kaaba
meets White Cube, 2004.
ISBN 3-8100-4178-5
- Bd. 19: Bernhard Graf, Astrid B. Müller (Hrsg.):
Sichtweisen, Zur veränderten Wahrnehmung
von Objekten in Museen, 2005.
ISBN 3-531-14489-8
- Bd. 20: Volker Kirchberg: Gesellschaftliche Funk-
tionen von Museen, Makro-, meso- und mik-
rosoziologische Perspektiven, 2005.
ISBN 3-531-14406-5

Zu beziehen über die G+H Verlage, Berlin

- Bd. 21: Annette Noschka Roos, Walter Hauser, Elisabeth Schepers (Hrsg.): Mit neuen Medien im Dialog mit den Besuchern? 2005
ISBN 3-931768-87-2
- Bd. 22: Bernhard Graf, Hanno Möbius (Hrsg.): Zur Geschichte der Museen im 19. Jahrhundert 1789-1918, 2006.
ISBN 978-3-931768-92-8

Berliner Schriften zur Museumsforschung

- Bd. 23: Heike Riebe: Benchmarking im Museum, ein Managementinstrument zur Qualitätssicherung, 2007
ISBN 978-3-931768-980
- Bd. 24: Katharina von Chlebowski: Branchenkultur der Kunstmuseen in Deutschland, 2008,
ISBN 978-3-940939-03-6
- Bd. 25: Sammelband zum Kolloquium der SMB und der KLS 2006 zum Thema: „Gibt es ein Patrimonium der Deutschen?“, 2009
ISBN 978-3-940939-08-1
- Bd. 26: Gerhard Pfennig: Museen und Urheberrecht im digitalen Zeitalter, 2009
ISBN 978-3-940939-10-4
- Bd. 27: Ellinoor Bergvelt, Debora J. Meijers, Lieske Tibbe, Elsa van Wezel (Hrsg.): Napoleon's Legacy: The Rise of National Museums in Europe 1794-1830, 2009
ISBN 978-3-940939-11-1
- Bd. 28: Werner Hilgers: Einführung in die Museumsethik, 2010
ISBN 978-3-940939-15-9
- Bd. 29: Ellinoor Bergvelt, Debora J. Meijers, Lieske Tibbe, Elsa van Wezel (Hrsg.): Museale Spezialisierung und Nationalisierung ab 1830 Das Neue Museum in Berlin im internationalen Kontext, 2011
ISBN 978-3-940939-18-0
- Bd. 30: Bernhard Graf/Volker Rodekamp (Hrsg.): Museen zwischen Qualität und Relevanz, Denkschrift zur Lage der Museen, 2012
ISBN 978-3-940939-22-7
- Band 31: Pablo von Frankenberg: Die Internationalisierung der Museumsarchitektur. Voraussetzungen, Strukturen, Tendenzen, 2013
ISBN 978-3-940939-25-8
- Band 32: Corina Meyer: Die Geburt der bürgerlichen Kunstmuseen – Johann Friedrich Städel und sein Kunstinstitut in Frankfurt am Main, 2013
ISBN 978-3-940939-26-5
- Band 33: Wolf-Dieter Heilmeyer: Erst erfreuen, dann belehren – Museologie und Archäologie. Berlin 2013
ISBN 978-3-940939-27-2
- Band. 34: Günter Schade: Die Staatlichen Museen zu Berlin – 25 Jahre wiedervereint, Berlin 2017, ISBN 978-3-9818033-8-9
- Band. 35: Wolf-Dieter Heilmeyer: Geteilte Antike – Die Berliner Antikensammlung im geteilten Deutschland, Berlin 2018,
ISBN 978-3-9818033-9-6

Band. 36/1: Elsa van Wezel: Die Besucher des Alten und Neuen Museums in Berlin – Das Museum als öffentliche Institution, Berlin 2018,
ISBN 978-3-947717-00-2

Band. 37: Martin Maischberger, Barbara Feller (Hrsg.): Außenräume in Innenräumen. Die musealen Raumkonzeptionen von Walter Andrae und Theodor Wiegand im Pergamonmuseum. Berlin 2018.
ISBN 978-3-947717-01-9

Berliner Schriften zur Museumskunde Handbuch des Museumsrechts (Einzelbände):

- Bd. 1: Irmgard Küfner-Schmitt: Arbeitsrecht. Opladen 1993.
ISBN 3-8100-1018-9
- Bd. 2: Christian Armbrüster: Privatversicherungsrecht. Opladen 1993.
ISBN 3-8100-1008-1
- Bd. 3: Jochen Laufersweiler, Andreas Schmidt-Rögnitz: Der Erwerb von Museumsgut. Opladen 1994.
ISBN 3-8100-1080-4
- Bd. 4: Rudolf Streinz: Internationaler Schutz von Museumsgut. Opladen 1998.
ISBN 3-8100-1174-6
- Bd. 5: Gabriele Köhler-Fleischmann: Sozialrecht. Opladen 1994. ISBN 3-8100-1180-0
- Bd. 6: Gerhard Pfennig: Digitale Bildverarbeitung und Urheberrecht. Eine Einführung in die Museumspraxis. Opladen 1998.
ISBN 3-8100-2060-5
- Bd. 7: Wilhelm Möhle (Hrsg.): Öffentliches Recht. Opladen 1998.
ISBN 3-8100-2061-3
- Bd. 8: Irmgard Küfner-Schmitt, Michael Kulka: Rechtliche Grundlagen der Privatisierung von Dienstleistungen im Museum. Opladen 1998.
ISBN 3-8100-2071-0
- Bd. 10: Rudolf Gärtner: Versicherungsfragen im Museumsbereich. Opladen 2002.
ISBN 3-8100-3506-8

ISSN 1436-4166 Nr. 55



**Institut für
Museumsforschung**
Staatliche Museen zu Berlin