

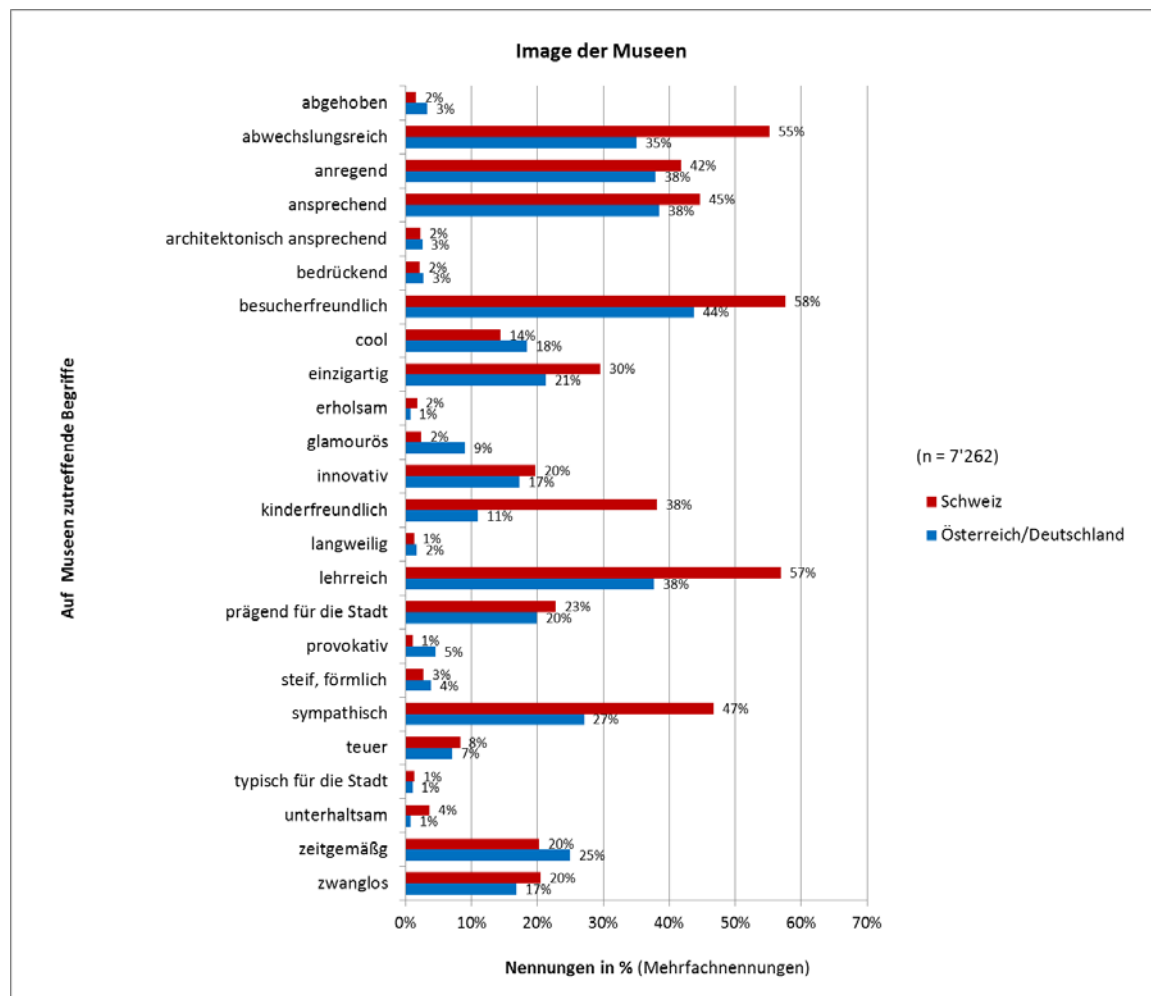
Moderne Museen setzen auf Besucherbefragung – ein Auszug aus den Auswertungen des Besucherforschungssystems WEBMARK

Seit dem Jahr 2009 setzen fünf Schweizer Museen¹ das Besucherforschungssystem WEBMARK Attraktionen ein. In Österreich und Deutschland führen weitere 17 Museen mit demselben Tool Befragungen durch. Dies schafft einen Benchmarkingpool, der über 20 Museen und Datensätze von rund 7'000 befragten Personen umfasst. Auch Sie, liebe Leserin/lieber Leser, können dieses System in Ihrem Museum einsetzen. Nachfolgend erhalten Sie einen kurzen Einblick in ausgewählte Auswertungen.

Ausgezeichnetes Image der Schweizer Museen

Eine Analyse der Daten aus der abgeschlossenen Befragungsperiode des Jahres 2010 zeigt, dass sich die Schweizer Museen im internationalen Vergleich nicht zu verstecken brauchen. Die fünf Museen verfügen über ein ausgezeichnetes Image (vgl. Abbildung 1) und werden von 78% der befragten Besucher und Besucherinnen «ganz sicher» weiterempfohlen. Generell weisen die Schweizer Museen eine höhere Weiterempfehlungsrate auf als der Benchmark.

Abbildung 1: Image der Museen



¹ Antikenmuseum Basel und Sammlung Ludwig
August Raurica, Augst
Historisches Museum, Basel
Museum der Kulturen, Basel
Verkehrshaus der Schweiz, Luzern

Museen sind keine verstaubten und langweiligen Ausstellungshäuser, sondern abwechslungsreiche und sympathische Attraktionen, die auf ansprechende Art und Weise Wissen vermitteln. Eine Mehrheit der Befragten bezeichnet die fünf Schweizer Museen explizit als besucherfreundlich.

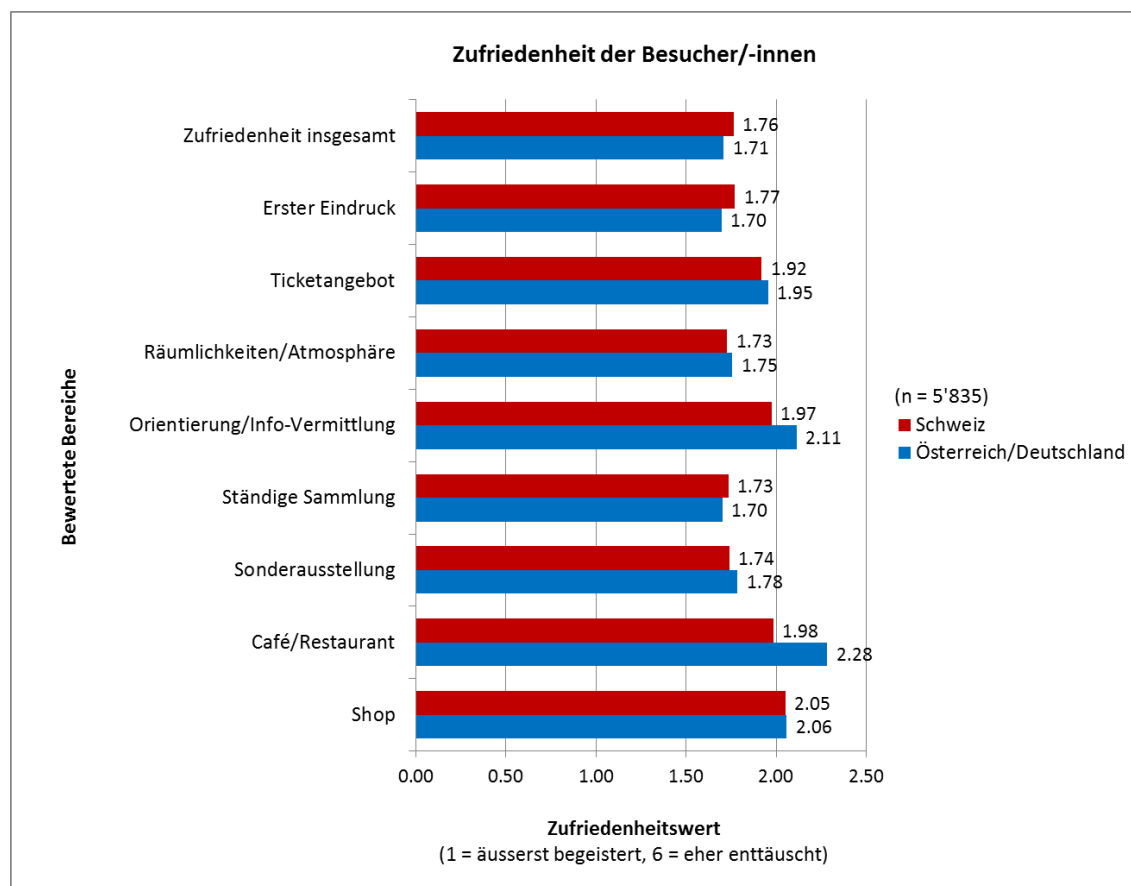
Begeisterte Museumsbesucher/-innen

Die Schweizer Museen erhalten gute Noten: 88% der Befragten sind «begeistert» bis «sehr begeistert». Die hohe Zufriedenheit dürfte mit ein Grund sein für den äusserst hohen Anteil an Wiederholungsbesuchenden. Über 60% der Interviewpartner/-innen waren bereits zuvor im untersuchten Schweizer Museum. Bei den österreichischen und deutschen Ausstellungshäusern ist der Anteil der Wiederholungsbesucher mit 44% geringer.

Abbildung 2 zeigt den unterschiedlichen Zufriedenheitsgrad mit den verschiedenen Bereichen der Museen. Die befragten Personen in den Schweizer Museen sind insgesamt etwas weniger zufrieden als die Besucher/-innen in österreichischen und deutschen Museen (Anmerkung: je tiefer der Wert auf einer Skala von 1 bis 6 ausfällt, desto zufriedener sind die Befragten).

Gute Bewertungen erhalten die Bereiche Räumlichkeiten/Atmosphäre, ständige Sammlung, Sonderausstellung und erster Eindruck. Der Museumsshop und das Gastronomieangebot hingegen überzeugen die Befragten weniger. Dabei wird insbesondere das Preis-Leistungs-Verhältnis kritisiert – dies jedoch nicht nur bei den Schweizer Museen, sondern genauso bei den österreichischen und deutschen Museen. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist auch im Bereich Ticketangebot der am negativsten bewertete Aspekt – sowohl bei den schweizerischen als auch bei den Vergleichsmuseen.

Abbildung 2: Zufriedenheit der Besucher/-innen



WEBMARK Attraktionen – das System

Der vorliegende Kurzbericht beruht auf Daten und Auswertungen aus dem Management- und Branchen-Informationssystem WEBMARK Attraktionen. Das vom Marktforschungs- und Beratungsunternehmen MANOVA entwickelte System zur Besucherforschung wurde 2004 erstmals in Österreich und Deutschland am Markt etabliert. Seit 2009 nehmen an diesem Projekt auch Schweizer Museen teil. Nicht nur Museen, sondern auch andere Attraktionen wie Burgen, Schlösser, Tierparks, Zoos, Erlebniswelten sowie Ausflugsziele können auf Basis von Besucherbefragungen die Performance des eigenen Hauses im Vergleich zu den Mitbewerbern analysieren.

WEBMARK Attraktionen basiert auf einer kontinuierlichen Gästebefragung durch persönliche Interviews vor Ort sowie Online-Erhebungen und der automatisierten Auswertung der erhobenen Daten durch das System. Die standardisierte Erhebung der Besucherstruktur und -zufriedenheiten sowie des Besuchsverhaltens und allgemeiner demographischer Daten ermöglicht das Benchmarking mit anderen Museen/Attraktionen. Die Teilnehmer erfahren somit, wo sie im Vergleich zu den nationalen bzw. internationalen Mitbewerbern stehen. Zudem sind Vergleiche über mehrere Jahre möglich. WEBMARK Attraktionen ist somit keine einmalige Erhebung des Status quo, sondern eine Basis für nachhaltiges Qualitätsmanagement, effizientes Marketing und fundierte PR-Arbeit.

Interessieren Sie sich für das Besucherforschungstool WEBMARK Attraktionen? Bis zum **30. November 2011** können Sie sich direkt in der **Demoversion** einen Überblick verschaffen.

Internet-Link: <http://webmark.manova.at/t/attractions/login>

Benutzername: vms1

Passwort: demo

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Barbara Taufer, wissenschaftliche Mitarbeiterin

barbara.taufer@hslu.ch, 041 228 99 97

Hochschule Luzern – Wirtschaft

Institut für Tourismuswirtschaft

Rösslimatte 48

6002 Luzern

www.hslu.ch/itw

Referenzen:

Dani Suter, Leiter Augusta Raurica

Augusta Raurica

Giebenacherstrasse 17

4302 Augst

Tel. direkt: 061 816 22 01

Tel. Zentrale: 061 816 22 22

E-Mail: dani.suter@bl.ch

Jacqueline Schleier, Leiterin Marketing

Verkehrshaus der Schweiz

Lidostrasse 5

6006 Luzern

Tel. direkt: 041 375 74 03

Mobile: 079 431 44 33

E-Mail: jacqueline.schleier@verkehrshaus.ch

Luzern, 19. September 2011