

## 5. Internationaler Museumstag und Aktion Ferienpass

- Bisherige Planung:
  - ▶ 14.000 € für Internationalen Museumstag
  - ▶ 7.000 € für Sommerferienpass-Aktionen
- Vereinbarung mit Museumsverbund Südniedersachsen (MVS):
  - ▶ Verbundmuseen werden von MVS betreut und erhalten Mittel über diesen
  - ▶ sonstige Museen erhalten Mittel direkt vom LVS
  - ▶ Ferienpass-Aktionen für sonstige Museen im Rahmen eines Werkvertrags des LVS

1

## Bisherige Meldungen: (ohne Museen des MVS)

### Internationaler Museumstag:

- Museum Uslar
- Glasmuseum Grünenplan
- Höhlen-Informationszentrum Iberger Tropfsteinhöhle
- Museum Einbeck
- Museum Porzellanmanufaktur Fürstenberg

### Sommerferienpass- Aktionen:

- Museum Uslar
- Museum Einbeck

2

## 6. Projekt „Kulturforschung Südniedersachsen“ und Besucherbefragung in Museen

1. Ziele und Hintergrund des Projekts
2. Zeitplanung und Ablauf
3. Kosten
4. Inhalte

3

## Übergeordnete Ziele des Projekts

- Erfassung des aktuellen Kulturangebots und -bedarfs, um überprüfbare Ziele für die Zukunft in der Kulturförderung festzulegen
- Wirkungen des demografischen Wandels auf das Kulturleben der Region und umgekehrt des Kulturlebens auf Zu- und Abwanderung der Bevölkerung untersuchen
- Möglichkeiten zur Verbesserung des regionalen Kulturangebots suchen und finden

4

## Definition

„Evaluation: Vertiefte, systematische Informationsgewinnung und Bewertung eines Themenfeldes, einer Institution, eines Projekts, eines Prozesses, um Ziele, Zielerreichungen, Wirkungen, Ressourcennutzung, Prozesse zu bewerten, darüber zu kommunizieren und daraus zu lernen.“

Richter, Evaluation 2007

5

## Kulturforschung = Evaluation?

- Die Definition von Zielen erfordert im ersten Schritt eine Feststellung des Ist-Zustandes sowohl der Angebote der Institutionen als auch des Nutzungsverhaltens und der Bedürfnisse der (potenziellen) Nutzer dieser Einrichtungen
  - ➡ Projekt Kulturforschung
- Für die Zukunft können aus diesen Daten Ziele abgeleitet, erhoben und kontrolliert werden
  - ➡ Evaluation

6

## Das heißt:

- Evaluation soll Selbstreflexion ermöglichen
- Evaluation soll die Möglichkeit eröffnen, die eigene Arbeit durch mehr Informationen zu verbessern
- Evaluation soll Möglichkeiten bieten, Ergebnisse nach außen zu kommunizieren und Argumente für Kulturarbeit zu unterstützen

7

## Das heißt auch:

- Evaluation bewertet nicht die Qualität von Kultur, sondern von Kulturarbeit und den dahinter stehenden Strukturen
- Alle vom Landschaftsverband geförderten Institutionen haben die Möglichkeit, am Erhebungsprozess und später am Bewertungsprozess teil zu haben, Bedenken anzumelden, Vorschläge zu machen und eigene Erkenntnisse daraus zu schöpfen

8

## Gewinn für die Institutionen

- Mehr Wissen über die Nutzer (Woher kommen sie, was wollen sie, wer sind sie,...)
- Mehr Wissen über die Zufriedenheit der Besucher mit Angebot und Service
- Mehr Wissen über die kulturellen Bedürfnisse der (potenziellen) Nutzer
- ➡ Gezielter Einsatz von Marketingstrategien, ggf. Veränderung des Angebotes

9

## Gewinn für die Institutionen

- Mehr Wissen über eigene Stärken und Schwächen
- Mehr Wissen über Wirkungsfelder und -möglichkeiten der eigenen Arbeit
- ➡ Bessere Argumentationsmöglichkeiten für die eigene Kulturarbeit

10

## Ablauf

- Partner: Zentrum für Kulturforschung Bonn (ZfKf)
- 2009 Erhebung der notwendigen Daten in drei Erhebungsverfahren (Umfragen)
- 2010 Auswertung und Vorstellung der Ergebnisse

11

## Erhebungsverfahren

1. Erhebung des aktuellen Kulturangebotes durch Fragebogen an die Leitungen der Institutionen
2. Besucherbefragung durch Fragebögen in den Institutionen
3. Nichtnutzerbefragung voraussichtlich per Telefon

12

## 1. Erhebung des aktuellen Kulturangebotes

- Anfang März 2009 Versendung der Fragebögen, Rückfluss bis Ende März ans ZfKf
- es entstehen keinerlei Kosten, da die Erhebung in eine Untersuchung des BMBF eingebettet wird
- die Daten werden in anonymer Form an das BMBF weitergeleitet

13

## 2. Besucherbefragung

- Bis April Entwicklung der Erhebungsinstrumente
- ab Mai / Juni schriftl. Erhebung der Daten in den Institutionen mit Hilfe eines Fragebogens unter Anleitung des ZfKf bzw. LVS durch Personal der Einrichtungen
- Mind. 100 Fragebögen / Institution
- zweiteiliger Fragebogen mit Mantelteil und ggf. individuellem Teil

14

## Fragebogen

- Mantelteil mit soziodemografischen Daten, allgemeinen Fragen zum Kulturverhalten, zum Besuch der Einrichtung etc. (später mehr)
- Bei Bedarf kann ein individueller Fragebogenteil angehängt werden, der auf konkrete Fragen der Institutionen eingeht; die Erstellung und Auswertung dieses Teils liegt in der Verantwortung der jeweiligen Institution

15

## Leistungen LVS / ZfKf

- Betreuung der teilnehmenden Institutionen
- Unterstützung des ZfKf durch den LVS in Bezug auf Fragebogen, Sekundärmaterialien etc.
- Auswertung des Mantelteils des Fragebogens regional- und institutsspezifisch (ZfKf) und Weitergabe der Ergebnisse an die Institutionen

16

## Leistungen der Institutionen

- Beantwortung der Kurzbefragung zu den Angeboten der Institution
- Organisation der Fragebogenaktion (ggf. durch zusätzliches Personal)
- Falls vorhanden Bereitstellung von Daten aus früheren Erhebungen / Umfragen etc.
- ggf. selbständige Erstellung und Auswertung des Spezialfragebogens

17

## 3. Nichtnutzerbefragung

- Im Laufe des Jahres 2009
- vermutlich als Telefon-Befragung in einem repräsentativen Teil der südniedersächsischen Bevölkerung

18

## Finanzplanung

- Das Land Niedersachsen fördert die Untersuchung als Pilotprojekt mit 46.000 €
- Der Landschaftsverband Südniedersachsen bringt 2009 und 2010 insgesamt Eigenmittel in Höhe von 54.900 € ein
- Kostenbeteiligung der teilnehmenden Kultureinrichtungen: 6.000 €

19

## Kostenbeteiligung

- Jede Institution beteiligt sich mit einem Anteil von 1 € pro in der Einrichtung erhobenem Fragebogen
- Gestaffelte Kostenbeteiligung je nach Größe der Institution
- Es entstehen weitere Kosten, wenn individuelle Fragebögen mit erfasst werden, da diese Mehrarbeit für den LVS bedeuten

20

## Inhalte

### Besucherstruktur

- Anzahl der Besucher (Wie viele kommen?)
- Milieu- und altersspezifische Nutzung (Wer kommt?)
- Räumliche Dimension (Woher kommen sie, wie weit fahren sie?)

21

## Inhalte

### Kulturinteresse

- Nutzungshäufigkeit (Wie oft kommen sie?)
- Nutzungsmotivation (Warum kommen sie?)
- Überschneidungen in der Nutzung verschiedener Kultureinrichtungen
- Übt das Kulturangebot einen messbaren Einfluss auf die empfundene Lebensqualität aus?

22

## Inhalte

### Qualität des Angebots / Service

- Marketing / Werbung (Woher erhalten sie Informationen? Welche Institutionen sind bekannt?)
- Besucherzufriedenheit (Wie zufrieden sind sie?)
- Angebote für spezielle Zielgruppen (junge Familien, Jugendliche, Senioren)

23

**Was fällt Ihnen noch ein?  
Was möchten Sie noch über  
Ihre Besucher wissen?**

24