



# Mit Erhebungen zu einem besseren Verständnis der (Nicht-)Besucher:innen

Hendrik Heidbüchel  
Research & Business Development Manager

# Die Auswahl eines geeigneten methodischen Ansatzes ist entscheidend, um Ihre Besucher:innen besser zu verstehen

**Sekundärdaten-  
analysen**

**Beobachtungs-  
methoden**

**Qualitative  
Forschung**

**Quantitative  
Forschung**

# Die Auswahl eines geeigneten methodischen Ansatzes ist entscheidend, um Ihre Besucher:innen besser zu verstehen



Kostengünstige  
Umsetzung

Hohe Objektivität der  
Daten ohne  
Verzerrungen

Tiefe Einblicke in  
Wahrnehmungen und  
Motive

Erhebung robuster  
Daten und großer  
repräsentativer  
Stichproben

**Sekundärdaten-  
analysen**

**Beobachtungs-  
methoden**

**Qualitative  
Forschung**

**Quantitative  
Forschung**



Schwer  
individualisierbar/  
fehlende Detailtiefe

Aufwändig/  
Ressourcenintensiv

Nicht repräsentativ

Möglichkeit  
detaillierter Einblicke  
in das "Warum" hinter  
den Antworten ist  
begrenzt

# Mit eigenen Erhebungen können Museen selbstständig wertvolle Erkenntnisse generieren



Internationales Rotkreuz-  
und Rothalbmondmuseum



Post-it  
Feedback-Sammlung






Technorama  
Winterthur



Kurzbefragung jeder  
10. Besuchergruppe

# Eine saubere methodische Arbeit ist Voraussetzung, um Verzerrungen in den Ergebnissen zu vermeiden

Was gilt es bei eigenständig durchgeführten Studien zu beachten?

- Klare Ziele definieren
- Sozial erwünschtes Antwortverhalten 
- Neutralität und Einfachheit 
- Struktur des Fragebogens 
- Überinterpretation

# Extern betreute Studien ermöglichen repräsentative Stichproben und den Einbezug von Nicht-Besucher:innen



  
L'Oeil du Public  
Kulturmarketing und Publikumsforschung

**KULTURBESUCHE & MUSEUMSBESUCHE  
IN DEUTSCHLAND**

September 2024

Wie gestalten sich die Kulturbesuche der Bevölkerung in Deutschland?  
Wer besucht Museen? Wieso? Wieso nicht?  
Wie werden die Museen wahrgenommen?

Projekt im Auftrag von:

 ANNS  
SWISSMUSEUMS  
BUND

 Landesstelle  
FÜR MUSEEN  
Baden-Württemberg

 MUSEEN  
IN BRANDENBURG

 mv\*  
museumsverband  
hessen

 MUSEUMSVERBAND DER PFAZL  
IN SÜDWESTLICHEN BADEN

# Auch eigenständig durchgeführte Studien können wertvolle Insights liefern!

## Key Takeaways:

- ✓ Die **Fragestellung** bestimmt den Erhebungsansatz
- ✓ Jeder Ansatz hat seine individuellen **Vor- und Nachteile** – es gibt keinen Ansatz, der „alles“ kann
- ✓ **Eigene Erhebungen** liefern **kostengünstig** und **schnell** wertvolle Insights
- ✓ **Neutralität, Einfachheit** und eine **saubere Methodik** sind Voraussetzung für unverzerrte Ergebnisse
- ✓ Extern betreute Erhebungen ermöglichen **repräsentative** Studien incl. **Befragung von Nicht-Besucher:innen**



<https://loeildupublic.com/de>

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**



**Hendrik Heidbüchel**  
Research & Business Development Manager  
[hendrik@loeildupublic.ch](mailto:hendrik@loeildupublic.ch)  
[linkedin.com/in/hendrik-heidbuechel](https://www.linkedin.com/in/hendrik-heidbuechel)  
+49 152 340 145 34