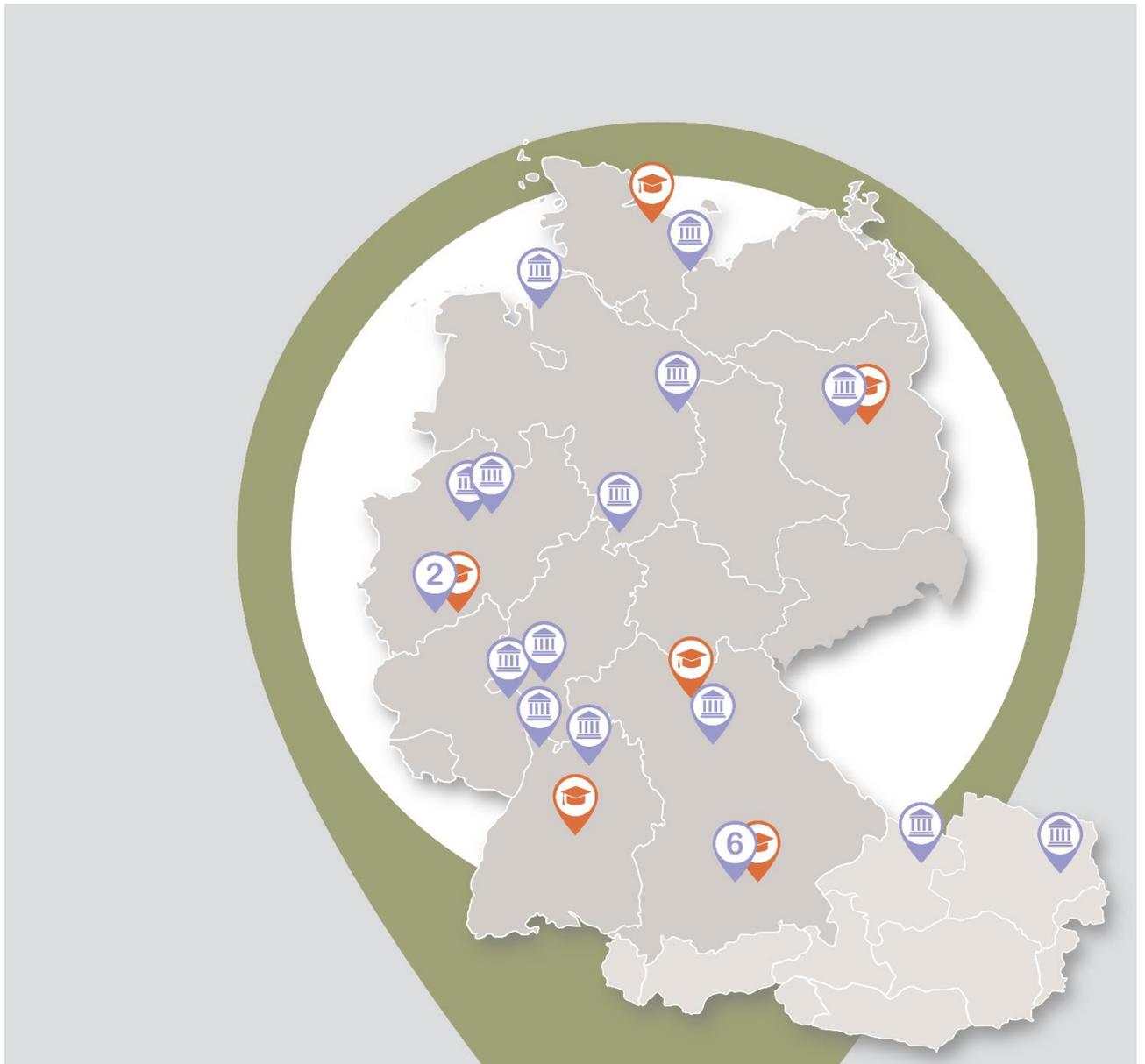


# Leibniz-Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/2023

## Deutsches Museum Verkehrszentrum, München

Juni 2024



## Leibniz-Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/2023

Die Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/2023 des Leibniz-Kompetenzzentrums Bildung im Museum ist eine vergleichende Analyse der Besucher\*innenstrukturen in 22 Museen und Science Centern in Deutschland und Österreich mit einem Erhebungszeitraum von Oktober 2022 bis Januar 2024. Die tabletbasierte Erhebung mit Fragebögen auf Deutsch und Englisch fand zu drei unterschiedlichen Zeitpunkten je Museum/Science Center statt (Zielgruppen: Tourist\*innen, Familien, reguläre Besuchende). An der Studie haben insgesamt 14.544 Museumsbesucher\*innen teilgenommen. An den Online-Nachbefragungen, die jeweils 6-8 Wochen nach dem Besuch durchgeführt wurden, nahmen 1.832 Museumsbesucher\*innen teil.

Bei der Konzeption der Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/2023, der Entwicklung des Fragebogens, Koordination vor Ort und Diskussion der Befunde haben folgende Mitglieder des Leibniz-Kompetenzzentrums Bildung im Museum mitgewirkt: Sandra Badelt (DBM), Lisa Böhres-Rübelung (LEIZA), Alexandra Busch (LEIZA), Alexandra Dicks (IPN), Astrid Faber (MfN), Helen Fischer (IWM), Kathrin Grotz (IfM), Marcus Huff (IWM), Antje Kluge-Pinsker (LEIZA), Sabrina Kluwe-Pfeiffer (DBM), Olaf Köller (IPN), Doris Lewalter (TUM), Jessica Mack-Andrick (GNM), Martin Merkt (DIE), Alexandra Moormann (MfN), Patrica Rahemipour (IfM), Eva Roßmanith (SGN), Patrick Rummel (LifBi), Stephan Schwan (IWM), Inga Specht (LIB), Marcus Starzinger (DASA), Birte Stüve (DSM), Dominik von Roth (GNM) und Hae-Yon Weon-Kettenhofen (LIB). Unser herzlicher Dank geht an all diese Kolleg\*innen sowie an ehemalige Mitglieder für die intensive, sehr konstruktive Zusammenarbeit.

Eine Studie ist nur so gut wie die erhobenen Daten. Daher geht unser herzlicher Dank an die Mitarbeiter\*innen des Deutschen Museum Verkehrszentrum, die vor Ort die Erhebungen koordiniert, organisiert sowie die Besucher\*innen angesprochen und erfolgreich überzeugt haben, an den Befragungen teilzunehmen! Vielen Dank!

Die Durchführung der Nachbefragung sowie Zusammenführung und Auswertung aller Daten wurde durch das Team des Leibniz Kompetenzzentrums, insbesondere Gun-Brit Thoma, Lorenz Kampschulte und Siëlle Gramser durchgeführt. Ein herzlicher Dank geht zudem an Caroline Moritz für die Kodierung aller offenen Antworten sowie die Eingabe der Nicht-Teilnehmendenbögen.

**Die Leibniz-Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/2023 wurde durch die Leibniz Gemeinschaft im Rahmen des Projekts LePAS - Leibniz Platform for Advancing and Supporting Visitor Research in Museums – unterstützt. Die Förderung stammt aus dem Leibniz Wettbewerbsverfahren unter Förderkennzeichen T136/2022.**

Gun-Brit Thoma<sup>1</sup>, Lorenz Kampschulte<sup>2</sup> & Siëlle Gramser<sup>3</sup>

<sup>1</sup>) IPN Leibniz-Institut für die Pädagogik der Naturwissenschaften und Mathematik, Kiel;

<sup>2</sup>) Deutsches Museum, München;

<sup>3</sup>) LEIZA Leibniz-Zentrum für Archäologie, Mainz

Leibniz Kompetenzzentrum Bildung im Museum  
c/o Leibniz-Zentrum für Archäologie (LEIZA)  
Ludwig-Lindenschmit-Forum 1, 55116 Mainz  
[www.leibniz-bim.de](http://www.leibniz-bim.de) | [mail@leibniz-bim.de](mailto:mail@leibniz-bim.de)

Juni 2024



# **Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/2023 des Leibniz-Kompetenzzentrums „Bildung im Museum“**

## **Gesamtbericht Deutsches Museum Verkehrszentrum**

**Gun-Brit Thoma<sup>1</sup>, Lorenz Kampschulte<sup>2</sup> & Siëlle Gramser<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> IPN Leibniz-Institut für die Pädagogik der Naturwissenschaften und Mathematik, Kiel;

<sup>2</sup> Deutsches Museum, München; <sup>3</sup> LEIZA Leibniz-Zentrum für Archäologie, Mainz

**Juni 2024**

---

## INHALTSVERZEICHNIS

BSA-Studien-Summary.....	1
Infografik .....	4
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>5</b>
1.1 Ziele der Studie.....	5
1.2 Durchführung und Stichprobe .....	5
1.3 Fragebogen .....	7
1.4 Ergebnisdokumentation und Bericht .....	7
1.5 Nicht-Teilnehmer*innen.....	8
<b>2 Museums-/ Science Center-Besuch.....</b>	<b>10</b>
2.1 Vorheriger Besuch .....	10
2.1.1 Erstbesuch .....	11
2.1.2 Besuchshäufigkeit.....	12
2.1.3 Letzter Museumsbesuch.....	13
2.1.4 Tourist*in.....	14
2.2 Museumsbesuche/Kulturelle Aktivitäten .....	15
2.3 Willkommen .....	16
2.3.1 Grund Nicht-Willkommen.....	17
2.3.2 Grund Willkommen .....	18
2.4 Gefallen.....	18
2.4.1 Positiv .....	19
2.4.2 Negativ.....	19
2.5 (Digitale) Angebote.....	20
2.5.1 (Digitale) Angebote vor Museumsbesuch/Science Center Besuch .....	20
2.5.2 (Digitale) Angebote während Museumsbesuch/Science Center Besuch .....	21
2.6 Museumsbesuch Kindheit .....	21
2.6.1 Besuchshäufigkeit Kindheit .....	22
2.6.2 Begleitsituation Kindheit .....	23
2.7 Vertrauenswürdigkeit.....	24
2.8 Position .....	26
<b>3 Fragen zur Person .....</b>	<b>29</b>
3.1 Geschlecht .....	29
3.2 Geburtsjahr.....	30
3.3 Wohnort .....	31
3.3.1 Wohnort Deutschland .....	32
3.3.2 Postleitzahl .....	33
3.3.3 Land .....	34
3.4 Geburtsort .....	34
3.4.1 Geburtsort Deutschland .....	35
3.4.2 Geburtsland .....	36
3.5 Ausbildung .....	37
3.5.1 Schulabschluss .....	37
3.5.2 Beruflicher Abschluss .....	38
3.6 Kulturelles Kapital.....	39

---

---

3.7	Einschränkungen .....	41
3.8	Begleitsituation.....	42
3.8.1	Einzelbesucher*in.....	43
3.8.2	Anzahl Begleitung Kinder, Jugendliche & Erwachsene.....	43
3.8.3	Begleitung.....	44
3.8.4	Beantwortung Begleitung.....	45
4	Pädagogisch-Psychologische Faktoren.....	46
4.1	Serendipity.....	46
4.2	Besuchsmotivation .....	48
4.3	Big Five und Offenheit für Erfahrungen.....	50
5	Kommentar Museum-/Science Center-Befragungen.....	52
6	Ausblick.....	53
6.1	Willkommen fühlen .....	54
6.2	Digitale Angebote vor Besuch .....	54
6.3	Wohnort .....	55
6.4	Besuchsmotivation .....	56
7	Follow-Up Befragungen.....	57
7.1	Erinnerungen an den Besuch im Museum/Science Center.....	57
7.1.1	Lebendigkeit der Erinnerungen .....	58
7.1.2	Bewertung Museums-/Science Center-Besuch.....	58
7.1.3	Mundpropaganda .....	59
7.1.4	Erinnerungen .....	60
7.2	(Digitale) Angebote.....	61
7.3	Kommentar Follow-Up-Befragungen .....	62
8	Literaturverzeichnis .....	63
9	Anhang: Angaben der Besucher*innen zu den offenen Fragen.....	65
9.1	Offene Antworten der Museumsbefragung.....	65
9.1.1	Gefallen: Positiv (2.5.1).....	65
9.1.2	Gefallen: Negativ (2.5.2).....	76
9.1.3	Kommentar.....	82
9.2	Offene Antworten der Follow-Up Befragung .....	84
9.2.1	Erinnerung 1 .....	84
9.2.2	Erinnerung 2 .....	85
9.2.3	Erinnerung 3 .....	86
9.2.4	Kommentar.....	88

---

## BSA-Studien-Summary

Die Ausgaben deutscher Haushalte für Freizeit, Unterhaltung und Kultur haben sich in den letzten 30 Jahren mehr als verdoppelt und liegen mit 196,03€ pro Monat bei knapp 10% der Konsumausgaben (Statistisches Bundesamt, 2020). Der größte Anteil der Ausgaben wird für Pauschalreisen ausgegeben, zweitgrößter Posten sind Freizeit- und Kulturdienstleistungen, wozu zum Beispiel der Besuch von Theatern, Musikveranstaltungen oder Museen zählt. Entsprechend stark sind in den letzten Jahren auch die Angebote zur Freizeitgestaltung gewachsen, sowohl im hochkulturellen Bereich als auch im erlebnis- bzw. geselligkeitsorientierten Bereich, wie der Besuch von Vergnügungsparks, Sportveranstaltungen oder Kinos. Auch wenn Museen und Ausstellungen im 10-Jahres-Vergleich bei den kulturellen Aktivitäten der Deutschen im Schnitt 17% zulegen konnten (Freizeitmonitor, 2023), stehen sie doch dauerhaft in direkter Konkurrenz mit anderen (kulturellen oder nicht-kulturellen) Freizeitaktivitäten. Der aktuelle Freizeit-Monitor 2023 zeigt insbesondere einen Trend hin zu mehr Freizeit zu Hause („Die eigene Couch wird so zum Epizentrum der modernen Freizeitgestaltung“) (Freizeitmonitor, 2023), ergänzt durch Sport. Dies ist nicht nur als Folge der Pandemie zu sehen, sondern auch induziert durch die Veränderungen unserer Gesellschaft, die von stetigem Wandel, Schnelllebigkeit, technologischem Fortschritt, aber auch Unsicherheit und Sorgen geprägt ist. Für Museen und Science Center kann dies ein Anstoß sein, insbesondere die Vernetzung von Angeboten für zu Hause und im Museum/Science Center weiter zu denken.

Zudem befindet sich die Gesellschaft in einer Phase des Wandels, sowohl was die Zusammensetzung und zunehmende Diversität betrifft, als auch Veränderungen, die durch den digitalen Wandel vorangetrieben werden. Das führt wiederum zu einer Veränderung der kulturellen Interessen und Freizeitaktivitäten. Nicht zuletzt hat die Covid-Pandemie das Freizeitverhalten und damit auch das Nutzungsverhalten kultureller Angebote deutlich verändert.

Deshalb wird es für die Museen und Science Center zunehmend wichtiger, ihre Besucher\*innen genau zu kennen und aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten. Wer kommt in mein Museum? Warum kommen Besucher\*innen in mein Museum und was erwarten sie hier? Wie lange bleiben sie? Welchen Bildungshintergrund haben sie? Welche digitalen Angebote nutzen sie vor/während/nach dem Besuch? Aber auch: Was sind das eigentlich für Persönlichkeiten, welche psychologischen Eigenschaften haben sie? Und wie unterscheiden sich meine Besucher\*innen von den Besuchenden anderer Museen bzw. Science Center?

An diesem Punkt setzt das Leibniz-Kompetenzzentrum „Bildung im Museum“ an, das aus den acht Leibniz-Forschungsmuseen und der DASA in Dortmund, vier Bildungsforschungsinstituten der Leibniz-Gemeinschaft, dem Lehrstuhl für formelles und informelles Lernen der TU München sowie dem Institut für Museumsforschung in Berlin besteht. Das Zentrum hat das Ziel, Kompetenzen, Einstellungen und weitere Voraussetzungen, die Museumsbesucher\*innen mitbringen, zu erfassen und vertiefend zu analysieren. Hierzu haben wir 2018 bis 2019 die erste vergleichende Besucher\*innenstrukturanalyse in den acht Leibniz-Forschungsmuseen und damit in einigen der größten deutschen Museen durchgeführt (Thoma, Kampschulte, Specht, Lewalter, Schwan & Köller, 2022). Um nicht nur eine Momentaufnahme zu generieren, sondern Erkenntnisse über einen längeren Zeitraum sowie einen Vergleich vor und nach der Covid-Pandemie durchführen zu können, wurde eine zweite standardisierte Besucher\*innenstrukturanalyse umgesetzt. Diese umfasst 22 Museen und Science Center in Deutschland und Österreich und berücksichtigt damit insgesamt fünf Museumstypen.

## Durchführung und Stichprobe

Um eine möglichst repräsentative Stichprobe der Museumsbesucher\*innen zu erhalten, wurde als Ziel definiert, in jedem der 22 Museen/Science Center mindestens 1 Promille der Besuchenden zu befragen. Zudem sollten in der Stichprobe die großen Besucher\*innengruppen „Touristen“, „Familien“ und „Reguläre

Besucher\*innen“ breit vertreten sein. Um dies zu erreichen – und nicht etwa ein ganzes Jahr durchgehend zu befragen – wurden von jedem Museum/Science Center drei Befragungszeitpunkte definiert, an denen die drei Zielgruppen vorrangig vertreten sind. Das Mindestalter für die Teilnahme betrug 15 Jahre, Gruppenbesuchende (z.B. Schulklassen) wurden nicht befragt. Der Fragebogen wurde in einer deutschen und einer englischen Version angeboten.

Insgesamt haben 14.554 Personen den Fragebogen beantwortet. Das Alter lag zwischen 15 und 98 Jahren mit einem durchschnittlichen Alter von 41 Jahren. Die Altersgruppen „35-44 Jahre“ (20%), „25-34 Jahre“ (18.5%) und „15-24 Jahre“ (18.2%) waren dabei am häufigsten vertreten. Hinsichtlich des Geschlechts gaben 50% weiblich, 44% männlich und 0.8% intersexuell/divers an.

Zusätzlich zu den Befragungen in den Museen/Science Centern haben 1.832 der Befragten sechs bis acht Wochen nach ihrem Museumsbesuch online an einer Follow-Up Befragung teilgenommen.

### Fragebogen

Um die unterschiedlichen persönlichen und besuchsbezogenen Aspekte zu erfassen, deckt der Fragebogen vier unterschiedliche Fragebereiche ab. Die Fragen basieren auf in der Literatur bekannten Konstrukten bzw. Konzepten und wurden – falls nötig – an den Museums-/Science Center-Kontext angepasst. Die Beantwortung des Fragebogens dauerte durchschnittlich etwa 15 Minuten.

- (1) *Museumsbezogene Fragen*: Fragen zum vorherigen Museums-/Science Center-Besuch, der Begleitsituation, dem Besuch von Museen/Science Center in der Kindheit sowie zur Nutzung (digitaler) Angebote vor und während des Besuchs
- (2) *Demographische Angaben*: Informationen zu Geschlecht, Alter, Geburts- und Wohnort
- (3) *Sozioökonomischer Status*: Fragen zum schulischen und beruflichen Abschluss, zur Besuchshäufigkeit von Museen/Science Centern und zum kulturellen Kapital
- (4) *Pädagogisch-psychologische Faktoren*: Fragen zum Vertrauen in unterschiedliche Informationsquellen (u.a. Museen/Science Center), zur Position von Museen/Science Center, zur Persönlichkeit und zur Besuchsmotivation

Am Schluss des Fragebogens hatten die Besucher\*innen die Möglichkeit, ihre E-Mail-Adresse für eine Follow-Up Befragung zu hinterlassen. Sechs bis acht Wochen nach Ende der Museumsbefragung erhielten die Personen, die freiwillig ihre E-Mail-Adresse angegeben haben, einen Link für eine Follow-Up Befragung. Diese war für insgesamt drei Wochen für die Teilnahme offen, nach der Einladung wurden im wöchentlichen Abstand zwei Erinnerungsmails verschickt. Die Teilnehmer\*innen wurden in der Follow-Up Befragung unter anderem gebeten, rückblickend ihren Museumsbesuch zu bewerten, drei Erinnerungen an den Besuch zu benennen sowie anzugeben, mit wie vielen Personen sie etwa über den Museumsbesuch gesprochen haben.

### Ergebnisse der Gesamtstichprobe (22 Museen/Science Center)

Im Durchschnitt waren 61% der Besucher\*innen zum ersten Mal im jeweiligen Museum/Science Center, wobei der Anteil in den unterschiedlichen Häusern zwischen 39% und 75% liegt. Von den Wiederholungsbesuchenden waren 54% bereits ein bis drei Mal im jeweiligen Museum, wobei der letzte Besuch bei der Mehrzahl mehr als drei Jahre zurückliegt (37%). Des Weiteren ist der Museumsbesuch für die deutliche Mehrheit der Besucher\*innen ein soziales Ereignis. 78% gaben im Mittel an, das jeweilige Museum/Science Center nicht alleine zu besuchen. Dies scheint sich auch in der hohen Einschätzung der Besuchsmotivation „Gemeinsame Freizeitaktivität“ ( $M = 4.1$ ,  $SD = .86$  auf einer fünfstufigen Skala von 1 = trifft überhaupt nicht zu bis 5 = trifft voll und ganz zu) widerzuspiegeln. Die Ergebnisse zeigen außerdem, dass

sich die Besucher\*innen durchschnittlich sehr willkommen ( $M = 4.5$ ,  $SD = .73$  auf einer fünfstufigen Skala von 1 = überhaupt nicht willkommen bis 5 = völlig willkommen) gefühlt haben.

60% der Besucher\*innen waren als Tourist\*in in der jeweiligen Stadt. Dieser Befund zeigt sich auch darin, dass es sich bei 64% um überregionale Besucher\*innen handelt, die mehr als 20 km vom jeweiligen Museum entfernt wohnen. Der Besuch von Museen und Science Centern scheint somit eine wichtige Freizeit- bzw. Urlaubsaktivität zu sein.

Die große Mehrheit der Besucher\*innen (85%) hat in der Kindheit oft oder hin und wieder Museen, Ausstellungen und Science Center besucht. Lediglich 6% gaben an als Kind kein Museum oder Science Center besucht zu haben oder können sich daran nicht erinnern.

Die in der Studie befragten Besucher\*innen verfügen darüber hinaus über ein hohes Bildungsniveau: 75% haben Hochschulreife, Fachhochschulreife oder Abitur (zum Vergleich: bei der Deutschen Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren liegt dieser Wert bei 37% (Statistisches Bundesamt, 2024)) und 35% haben einen Hochschulabschluss an einer Universität oder Fachhochschule (zum Vergleich: Deutsche Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren 16,5%) (Statistisches Bundesamt, 2017). Zudem verfügen die befragten Besucher\*innen über ein hohes kulturelles Kapital, was sich darin zeigt, dass 62% der Besuchenden zu Hause mehr als 100 Bücher besitzen.

Im Vergleich zu anderen Informationsquellen bringen die Besucher\*innen Museen und Science Centern als Informationsquelle durchschnittlich ein sehr hohes Vertrauen entgegen ( $M = 8.4$ ,  $SD = 1.7$  auf einer zehnstufigen Skala). Diese ist auf gleichem Niveau wie die Vertrauenswürdigkeit von Forscher\*innen und Wissenschaftler\*innen und deutlich höher als z.B. die Vertrauenswürdigkeit von nationalen Nachrichtenagenturen ( $M = 6.3$ ,  $SD = 2.2$ ) und weit entfernt vom Vertrauen in soziale Medien ( $M = 3.6$ ,  $SD = 2.2$ ).

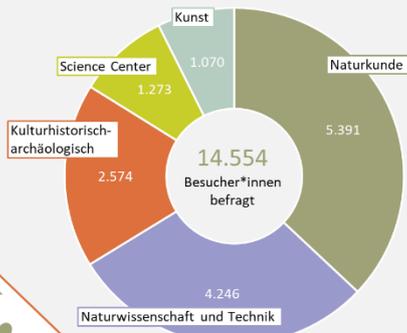
Anhand der Ergebnisse der Follow-Up Befragungen wird deutlich, dass die Befragten ihren Museumsbesuch rückblickend als sehr positiv bewerten ( $M = 8.6$ ,  $SD = 1.3$  auf einer zehnstufigen Skala). 90% benennen, sich „ziemlich gut“ oder „sehr gut“ an ihren Besuch zu erinnern. 97% der befragten Besucher\*innen haben im Anschluss an ihren Museumsbesuch mit anderen Personen über den Besuch gesprochen. Zudem haben 38% von den Personen, die an den Follow-Up Befragungen teilgenommen haben, nach dem Besuch noch einmal die Webseite oder Homepage des jeweiligen Museums/Science Centers besucht.

Infografik

Leibniz Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/23  
Deutsches Museum Verkehrszentrum, München



- Gesamtstudie**
- » 22 Museen und Science Center in Deutschland und Österreich
  - » Zeitraum: Oktober 2022 bis Januar 2024
  - » 3 Erhebungszeitpunkte pro Museum/Science Center (Familien, Tourist\*innen, normale Besuchende)
  - » Fragebogen: **Deutsch und Englisch**
  - » Hauptbefragung: **14.554** Teilnehmer\*innen (ab 15 Jahre, keine größeren Gruppen)
  - » Nachbefragung: **1.832** Personen 6 Wochen nach Besuch erneut befragt



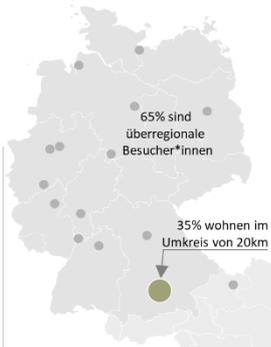
- LIB, Museum Koenig Bonn
- Museum für Naturkunde Berlin
- Museum Natur und Umwelt, Lübeck
- Naturhistorisches Museum Wien (AT)
- Senckenberg Naturmuseum, Frankfurt
- DASA, Dortmund
- Deutsches Bergbau-Museum Bochum
- Deutsches Museum, München
- Deutsches Museum Bonn
- Deutsches Museum Verkehrszentrum, München
- TECHNOSEUM, Mannheim
- Bayerisches Nationalmuseum, München
- Deutsches Schifffahrtsmuseum, Bremerhaven
- Forum Wissen, Göttingen
- Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg
- LEIZA MONREPOS, Neuwied
- Münchner Stadtmuseum
- Ars Electronica Center, Linz (AT)
- experimenta, Heilbronn
- phäno, Wolfsburg
- Alte Pinakothek, München
- Lenbachhaus, München

Deutsches Museum Verkehrszentrum

- » Hauptbefragung: 597 Personen vor Ort
- » Nachbefragung: 59 Personen online



Wohnort  
71% Deutschland, 29% Ausland



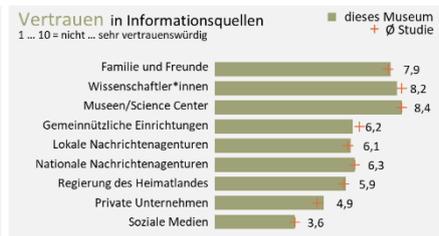
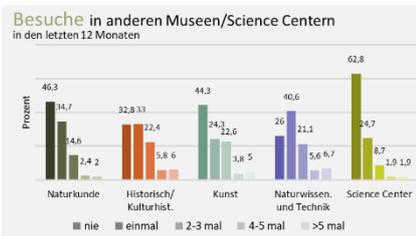
**TOP-10 Länder bei Wohnsitz außerhalb DE**

UK	18,1%
USA	14,2%
Italien	9,0%
Österreich	8,4%
Australien	7,1%
Niederlande	5,8%
Schweiz	5,8%
Kanada	3,2%
Finnland	2,6%
Rumänien	2,6%

**Geburtsort**  
65% Deutschland  
35% Ausland

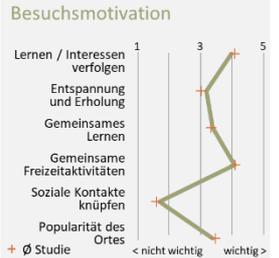
**Museumsbesuche in der Kindheit**  
33% sehr oft\*  
56% hin und wieder\*  
4% nicht im Museum  
7% keine Erinnerung

\*davon waren 83% mit den (Groß-)Eltern im Museum und 50% mit der Schule



**Neutralität von Museen/Science Centern**

- 48,5% der Befragten halten Museen/SC für politisch neutral/unparteiisch
- 55,1% der Befragten sind der Meinung, dass Museen/SC immer neutral sein sollten
- 71,7% der Befragten halten es für angemessen, wenn Museen/SC Verhaltensweisen oder Maßnahmen vorschlagen, die mit Aufgaben/Zweck des Museums/SC in Zusammenhang stehen.



**NACHBEFRAGUNG 6-8 Wochen nach dem Besuch**

**8,9 Rückblickende Bewertung**  
1...10 = sehr negativ...sehr positiv  
Ø Studie: 8,6

**Mundpropaganda**  
Mit wie vielen Personen haben Sie über Ihren Besuch gesprochen?

- mit niemandem: 1,7%
- 1-5 Personen: 76,3%
- 6-10 Personen: 22,0%
- >10 Personen: 0,0%

**Was bleibt in Erinnerung?**

- Architektur/Orientierung (Struktur): 7,4%
- Betrieb/Service: 6,8%
- Ausstellung/Inhalte: 26,5%
- Exponate: 42,0%
- Medien/App: 0,0%
- andere Angebote (Führung/Labor): 1,9%
- Lernen/Interesse: 0,0%

## 1 Einleitung

Museen befinden sich auf einem Weg grundlegender Veränderungen. Die neuen Stichworte sind nicht nur Besucher\*innenorientierung, sondern vor allem Dialog mit der Gesellschaft, Partizipation und gesellschaftliche Relevanz. Um eine aktivere Rolle in der Gesellschaft einzunehmen und die eigene Position im gesellschaftlichen Gefüge zu kennen, ist es für die Museen von enormer Bedeutung zu wissen, warum Menschen ein Museum besuchen oder eben nicht besuchen, welche Interessen, Bedürfnisse, Kompetenzen und Einstellungen sie haben sowie etwas über die Persönlichkeitseigenschaften ihrer Besucher\*innen zu wissen. Das Leibniz-Kompetenzzentrum „Bildung im Museum“, das aus unterschiedlichen Bildungsforschungsinstituten und Museen besteht, setzt an diesem Punkt an und koordiniert die vergleichenden Besucher\*innenstrukturanalysen, um vertiefende Erkenntnisse zu sammeln und so den Museen die Möglichkeit zur Weiterentwicklung zu geben.

### 1.1 Ziele der Studie

Ziel dieser Studie ist es, ein umfassendes und vertiefendes Bild der Besucher\*innen unterschiedlicher Museumstypen in Deutschland zu erhalten. In den Jahren 2018/2019 wurde die erste große vergleichende Besucher\*innenstrukturanalyse in Deutschland und Österreich in den acht Leibniz-Forschungsmuseen durchgeführt (Thoma et.al., 2022). Darauf aufbauend ist das Ziel dieser zweiten Studie, durch die Integration weiterer Museen, die Breite der Datenbasis auszuweiten und im Vergleich z.B. mit Kunstmuseen und Science Centern weitere Erkenntnisse zu gewinnen. Zusätzlich fand die erste Studie kurz vor der Covid-Pandemie statt, die Kultureinrichtungen wie Museen stark getroffen hat. Dahingehend soll überprüft werden, ob und wenn ja inwiefern sich die Besucher\*innenstrukturen der Museen durch die Pandemie verändert haben.

Im Vergleich von mittleren und großen Museen in Deutschland mit ganz unterschiedlichen Themenprofilen ist mit über 14.000 befragten Besucher\*innen eine umfangreiche Datenbasis entstanden, die Aufschluss über die Eigenheiten der Besucher\*innen in den einzelnen Museen gibt. Durch die Ergänzung der typischen soziodemographischen Daten und der museumsbezogenen Fragestellungen um persönliche Merkmale wie Besuchsmotivation, Kulturverhalten und psychologische Faktoren entsteht ein sehr breiter Blick auf die Besucher\*innen. So hat sich unter anderem in der letzten Studie (Thoma et al, 2022) gezeigt, dass die Offenheit für Erfahrungen ein Persönlichkeitsmerkmal ist, das bei Menschen, die häufig Museen besuchen, stärker ausgeprägt ist als bei Personen, die gelegentlich ins Museum gehen. Mit diesem Wissen können Museen die Angebote für diese Zielgruppe noch innovativer und damit passender gestalten. Gerade im Vergleich verschiedener Museen helfen die Daten der Besucher\*innenstrukturanalyse des Leibniz-Kompetenzzentrums Bildung im Museum, ein besseres Bild der Besucher\*innen zu erhalten. Damit können Museen auf Herausforderungen, Interessen und Anliegen besucher\*innenzentriert reagieren und evidenzbasierte Entscheidungen über die Ausgestaltung von Programmen und Dienstleistungen treffen, um sich als Museum in der Gesellschaft zu positionieren und das eigene, individuelle Profil zu schärfen.

### 1.2 Durchführung und Stichprobe

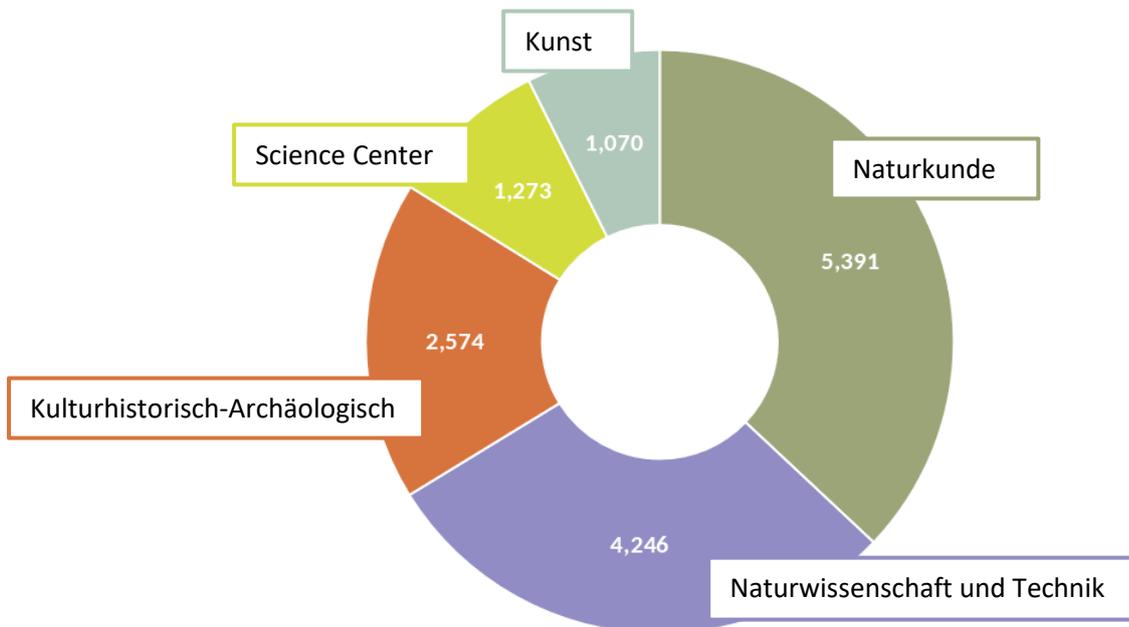
Die Besucher\*innenstrukturanalyse wurde zwischen Oktober 2022 und Januar 2024 in 22 Museen und Science Centern in Deutschland und Österreich durchgeführt. Als Zielgröße für die Teilnehmendenzahl in den Häusern galt 500 Teilnehmende in kleineren bis mittleren und 1.000 Teilnehmende in großen Museen (>600.000 Besucher\*innen p.a.).

In jedem Museum bzw. Science Center wurde die Datenerhebung zu drei verschiedenen Zeitpunkten durchgeführt. Diese wurden so gewählt, dass die großen Besucher\*innengruppen wie Touristen, Familien und reguläre Besucher\*innen breit vertreten waren. Die Befragungszeiträume waren maximal 14 Tage lang, befragt wurde an allen Tagen der Woche (an dem das jeweilige Museum geöffnet ist). Wenn die Stichprobe schon vor Ende der 14 Tage vollständig erreicht und eine gute Verteilung auf alle Wochentage erfüllt war, wurde die Befragung beendet.

Das Mindestalter für die Teilnahme betrug 15 Jahre, größere organisierte Gruppen (z.B. Schulklassen) wurden nicht befragt. Der Fragebogen wurde in einer deutschen und einer englischen Version angeboten. Der Fragebogen war als Online-Fragebogen konzipiert und wurde den Besucher\*innen auf Tablets bereitgestellt. Die Besucher\*innen wurden von Betreuer\*innen vor Ort angesprochen, füllten den Fragebogen dann aber eigenständig am Tablet aus. Personen, die nicht an der Befragung teilnehmen wollten, wurden in Nicht-Teilnehmenden-Listen erfasst, um zu vermeiden, dass bestimmte Gruppen systematisch ausgeschlossen wurden. Detaillierte Informationen zum Ablauf der Befragung sind im Schulungshandbuch zur Studie dokumentiert ([https://leibniz-bim.de/wp-content/uploads/2023/06/BSA\\_2022-2023\\_HandbuchSchulung\\_V1\\_4.pdf](https://leibniz-bim.de/wp-content/uploads/2023/06/BSA_2022-2023_HandbuchSchulung_V1_4.pdf)).

Am Ende jeder Befragung wurden die Teilnehmer\*innen gebeten, ihre Email-Adresse zu hinterlegen, um an einer Nachbefragung teilzunehmen. Stimmt die Personen zu, wurde ihnen 6-8 Wochen nach dem Besuch der Link zu einem weiteren Online-Fragebogen zugeschickt. Die Follow-Up Befragung enthielt Fragen zur rückblickenden Bewertung des Besuchs, zur Mundpropaganda, zur Erinnerung an den Museumsbesuch, Einschätzungen zu unterschiedlichen Aspekten des Besuchserlebens, zu dem (geweckten) Interesse während des Besuchs sowie zur Mediennutzung nach dem Besuch.

Insgesamt liegen von 14.554 Personen verwertbare Fragebögen aus den Befragungen in den einzelnen Häusern vor. Diese verteilen sich wie folgt auf die einzelnen Museumstypen:



Museum für Naturkunde Berlin  
LIB – Museum Koenig Bonn  
Museum für Natur und Umwelt Lübeck  
Naturhistorisches Museum Wien (AT)  
Senckenberg Naturmuseum, Frankfurt



Bayerisches Nationalmuseum, München  
Deutsches Schiffahrtsmuseum Bremerhaven  
Forum Wissen, Göttingen  
Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg  
LEIZA Monrepos, Neuwied  
Münchner Stadtmuseum



DASA, Dortmund  
Deutsches Bergbau-Museum Bochum  
Deutsches Museum, München  
Deutsches Museum Bonn  
Deutsches Verkehrszentrum, München  
TECHNOSEUM, Mannheim



Ars Electronica Center, Linz (AT)  
Experimenta, Heilbronn  
Phaeno, Wolfsburg



Alte Pinakothek, München  
Lenbachhaus, München

### 1.3 Fragebogen

Um die unterschiedlichen besuchsbezogenen und persönlichen Aspekte abzufragen, wurde ein Fragebogen mit insgesamt drei Fragebereichen konzipiert. Diese basieren zu großen Teilen auf bestehenden Instrumenten, wurden allerdings um einige vergleichsspezifische Fragen erweitert. Die Bereiche gliedern sich wie folgt:

- (1) Museumsbezogene Fragen: Fragen zur allgemeinen Besuchshäufigkeit, zum vorherigen Museumsbesuch, zum Besuch anderer Museen, zum Wohlfühlen im Museum allgemein, zur Nutzung von (digitalen und analogen) Medien vor und während des Besuchs, zur Besuchsmotivation, sowie zum Besuchsverhalten in der Kindheit.
- (2) Fragen zu Aufgaben und Rollen des Museums: Fragen zum Vertrauen in Museen und zur Einschätzung der Neutralität von Museen
- (3) Demographische Angaben und Fragen zur Person: Informationen zu Geschlecht, Alter, Wohn- und Geburtsort, zum schulischen und beruflichen Abschluss, zur Begleitsituation, zum kulturellen Kapital und zu Persönlichkeitsmerkmalen.

Der vollständige Fragebogen ist auf der Webseite des Kompetenzzentrums abrufbar ([https://leibniz-bim.de/wp-content/uploads/2023/06/Fragebogen\\_Hauptbefragung\\_DE\\_BSA2022-23.pdf](https://leibniz-bim.de/wp-content/uploads/2023/06/Fragebogen_Hauptbefragung_DE_BSA2022-23.pdf)).

Die Beantwortung des Fragebogens dauerte im Schnitt über alle Museen und Science Center etwa 15 Minuten. Zusätzlich hatten die Museen und Science Center die Möglichkeit, eigene Fragen mit in den Fragebogen aufzunehmen.

### 1.4 Ergebnisdokumentation und Bericht

In diesem Gesamtbericht sind die Ergebnisse aller drei Erhebungszeitpunkte des Deutschen Museums Verkehrszentrums zusammengefasst und visualisiert. Für die bessere Einschätzung der eigenen Ergebnisse sind zusätzlich Befunde der Gesamtstichprobe nach Museumstyp dargestellt. Die Reihenfolge der Ergebnisse orientiert sich an der Struktur des Fragebogens. Jede Frage wird dabei kurz beschrieben, gefolgt von einer Tabelle mit der Item- bzw. Skalendokumentation sowie einer Grafik mit den jeweiligen Ergebnissen. Dargestellt sind jeweils die gültigen Prozente. Die Angaben zu den offenen Fragen wie z.B. „Was gefällt Ihnen in diesem Museum/Science Center bisher am besten?“ oder „Was gefällt Ihnen in diesem Museum/Science Center bisher am wenigsten?“ befinden sich – grob kategorisiert – im Anhang. Dieser Bericht enthält nur deskriptive Daten dieses Museums/Science Centers, die Befunde werden nicht kommentiert. Jedes Museum erhält auch den aufbereiteten Datensatz seiner eigenen Daten, so dass weitere Vergleiche und Auswertungen durchgeführt werden können.

Leider konnten nicht alle Fragebögen der Besucher\*innen in die Auswertung einbezogen werden. So wurden zum Beispiel Fragebögen aussortiert, die mehr als 25% fehlende Werte aufwiesen. Nicht berücksichtigt wurden zudem Fragebögen, bei denen das Mindestalter von 15 Jahren nicht gegeben war. Vor diesem Hintergrund ergeben sich für das Deutsche Museum Verkehrszentrum 597 verwertbare Fragebögen. Tabelle 1 zeigt, wie sich die Stichprobe auf die drei Erhebungszeitpunkte sowie auf die zwei Fragebogensprachen verteilt.

Tabelle 1: Verteilung der verwertbaren Fragebögen auf die Erhebungszeitpunkte und Fragebogensprachen

Erhebungszeitpunkt	Zeitfenster Befragung	Anzahl Fragebogen Deutsch	Anzahl Fragebogen Englisch	Gesamtanzahl Besucher*innen
1	28.11.2022-11.12.2022	125	60	185
2	29.05.2023-11.06.2023	159	65	224
3	14.08.2023-27.08.2023	163	25	188
Gesamt		447	150	597

Von den 597 Besucher\*innen haben 75% den deutschsprachigen und 25% den englischsprachigen Fragebogen ausgefüllt.

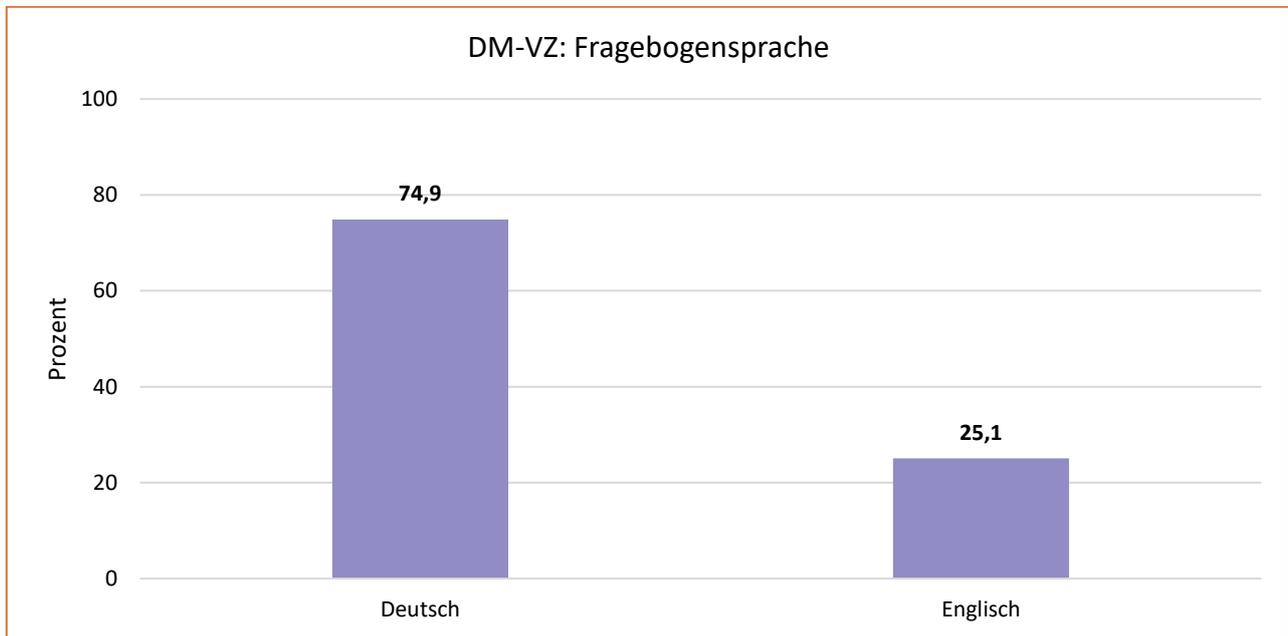


Abbildung 1: Sprache des Fragebogens (N = 597)

### 1.5 Nicht-Teilnehmer\*innen

Bei den Befragungen gab es Besucher\*innen, die angesprochen wurden, aber nicht an der Studie teilnehmen wollten. Um auch Informationen zu dieser Personengruppe zu haben, wurde von den Interviewer\*innen das Geschlecht, das Alter und der Grund für die Nichtteilnahme eingeschätzt. Die Einschätzung des Alters erfolgte anhand von sieben vorgegebenen Altersgruppen: 15-24 Jahre, 25-34 Jahre, 35-44 Jahre, 45-54 Jahre, 55-64 Jahre, 65-74 Jahre und 75 Jahre oder älter. Auch für den Grund der Nichtteilnahme gab es vorgegebene Kategorien: Keine Zeit/Lust, Sprache, Begleitung, andere Gründe sowie keinen Grund genannt. Insgesamt wurden 245 Personen in den Nicht-Teilnehmendenbögen vermerkt. Damit haben 29% der angesprochenen Personen nicht an der Befragung teilgenommen (71% haben teilgenommen).

Tabelle 2

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	sex_NT
Kategorien:	1 = weiblich 2 = männlich 3 = keine Angabe möglich

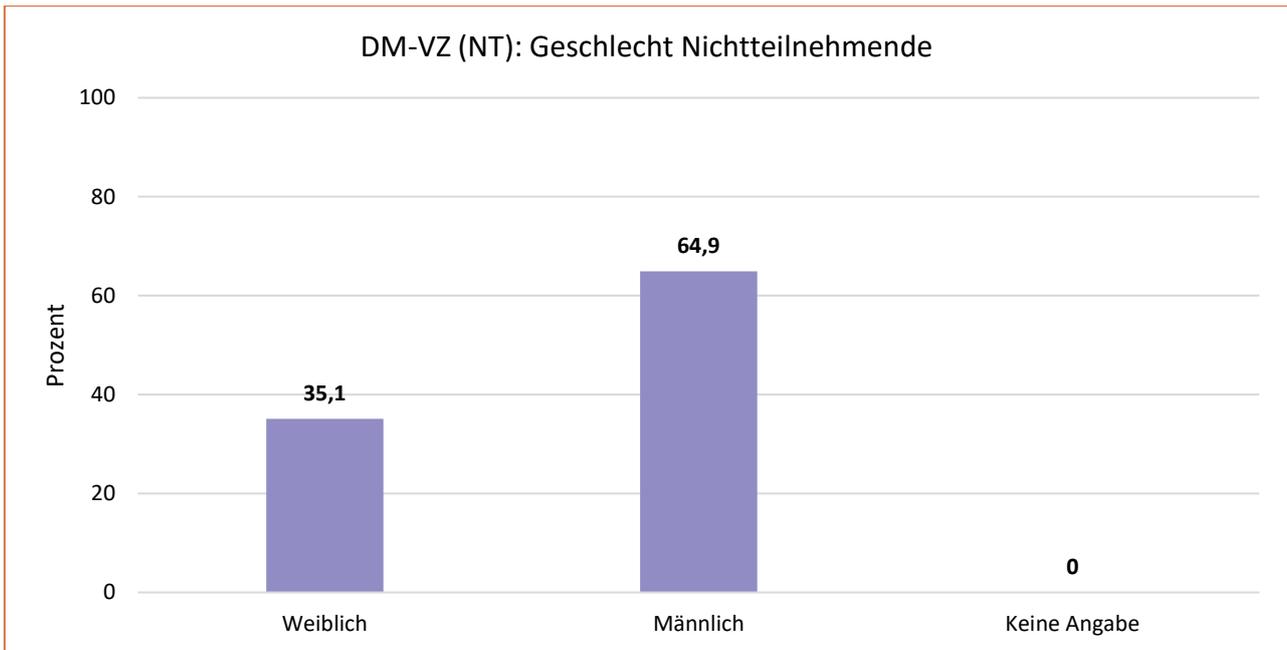


Abbildung 2: Geschätztes Geschlecht der Nicht-Teilnehmenden (N = 239)

Tabelle 3

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	age_NT
Kategorien:	1 = 15-24 2 = 25-34 3 = 35-44 4 = 45-54 5 = 55-64 6 = 65-74 7 = 75 oder älter

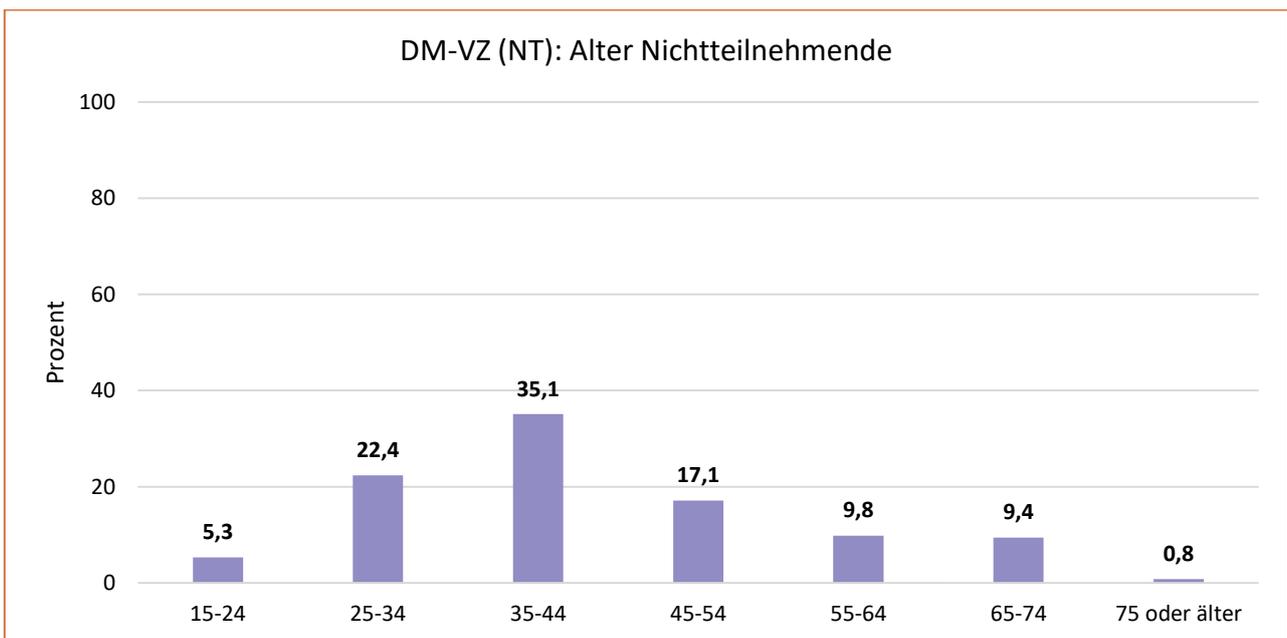


Abbildung 3: Geschätztes Alter der Nichtteilnehmenden (N = 245)

Tabelle 4

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	reason
Kategorien:	1 = Keine Lust/Zeit 2 = Sprache 3 = Begleitung 4 = Andere Gründe 5 = Keinen Grund genannt

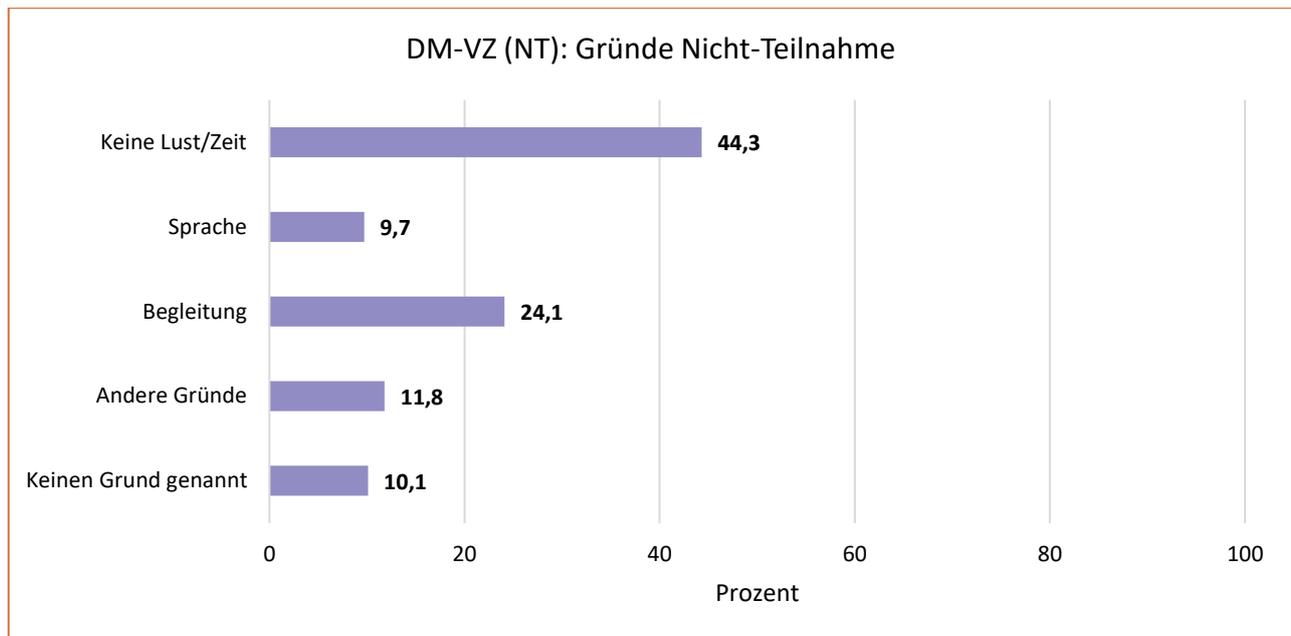


Abbildung 4: Geschätzter Grund für Nichtteilnahme (N = 237)

## 2 Museums-/ Science Center-Besuch

Im ersten Teil des Fragebogens wurden den Besucher\*innen einige Fragen bezogen auf ihren Besuch im Museum bzw. Science Center gestellt. Hierbei wurden zuerst Fragen zum eventuellen vorherigen Besuch in diesem Museum/Science Center gestellt (2.1), dann folgte die Frage, ob die Besucherinnen und Besucher als Tourist in der Stadt sind (2.2) und schließlich wurde gefragt, wie oft die Besucherinnen und Besucher in den letzten 12 Monaten unterschiedliche Museumstypen besucht haben (2.3). Diese Fragen rund um den Besuch zeigen uns, wie vertraut die Besucher\*innen mit diesem Museum/Science Center bzw. mit Museen im Allgemeinen sind und bieten relevante Einblicke in die Anteile an habituellen Besucher\*innen bzw. Gelegenheitsbesucher\*innen (inkl. Touristen).

Außerdem wurden in diesem ersten Fragebogenteil eine Frage zum Willkommen sein (2.4), zwei Fragen dazu was im Museum/Science Center am besten und am wenigsten gefällt (2.5), eine Frage zu der Nutzung (digitaler) Angebote (2.6), eine Frage zu Museumsbesuchen in der Kindheit (2.7), eine Frage zu der Vertrauenswürdigkeit unterschiedlicher Informationsquellen (u.a. Museen) (2.8) sowie eine Frage dazu, ob Museen/Science Center (politisch) neutral sind oder sein sollten (2.9), gestellt.

### 2.1 Vorheriger Besuch

Zu Beginn der Befragung wurden die Besucher\*innen gebeten, anzugeben, ob sie Erstbesucher\*in in diesem Museum/Science Center waren und wie lange ein möglicher vorheriger Besuch her ist.

### 2.1.1 Erstbesuch

Die Besucher\*innen wurden gefragt, ob dies ihr erster Besuch in dem jeweiligen Museum/Science Center ist. Es handelt sich um eine geschlossene Frage mit zwei Antwortoptionen.

Tabelle 5

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	visitfirst
Text:	Sind Sie heute zum ersten Mal in diesem Museum/Science Center?
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nein

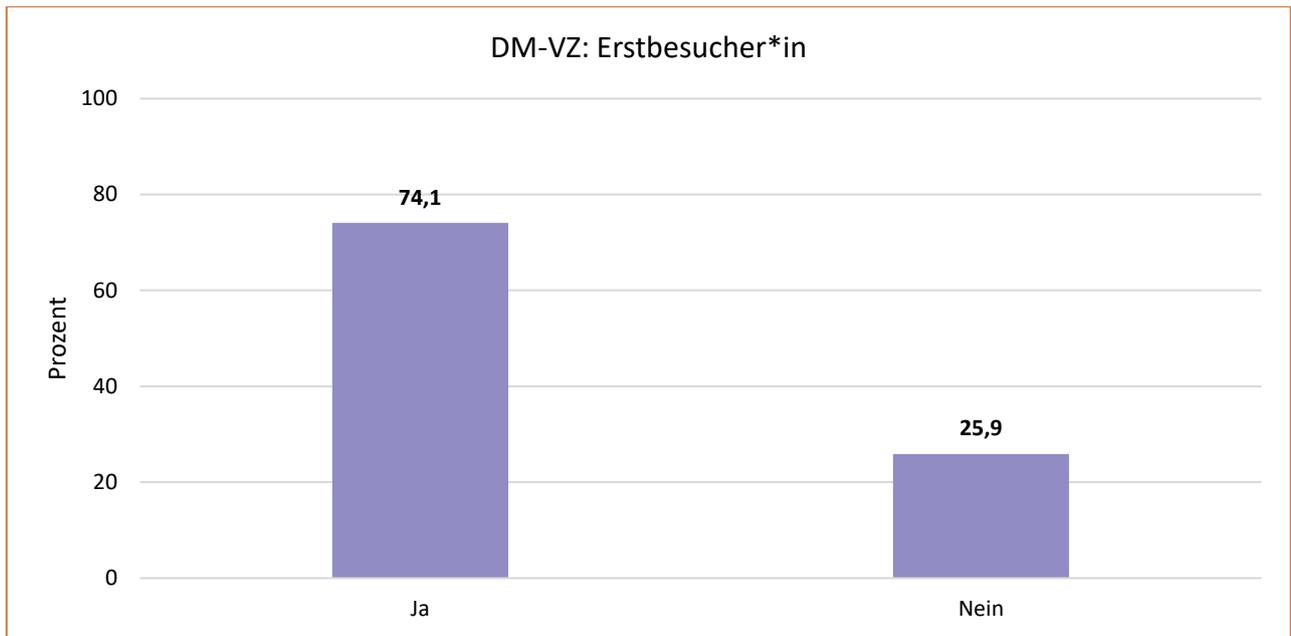


Abbildung 5: Sind Sie heute zum ersten Mal in diesem Museum/Science Center? (N = 595)

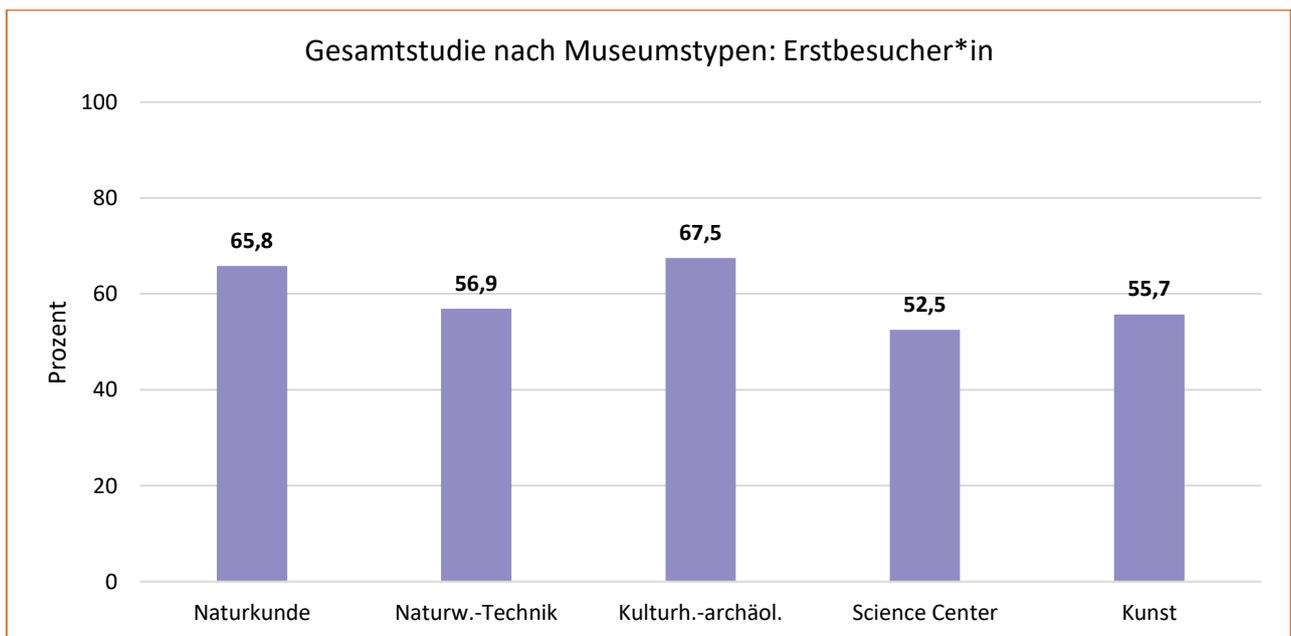


Abbildung 6: Anteil Erstbesucher\*in nach Museumstypen

### 2.1.2 Besuchshäufigkeit

Die Besucher\*innen, die nicht zum ersten Mal in dem jeweiligen Museum/Science Center waren – also die vorherige Frage mit „Nein“ beantwortet haben –, wurden gefragt, wie häufig sie schon das jeweilige Museum/Science Center besucht haben. Den Besucher\*innen standen dabei drei Antwortoptionen zur Auswahl.

Tabelle 6

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	visitfreq
Text:	Wie häufig haben Sie dieses Museum/Science Center schon besucht?
Kategorien:	1 = 1 bis 3 Mal 2 = 4 bis 6 Mal 3 = Mehr als 6 Mal

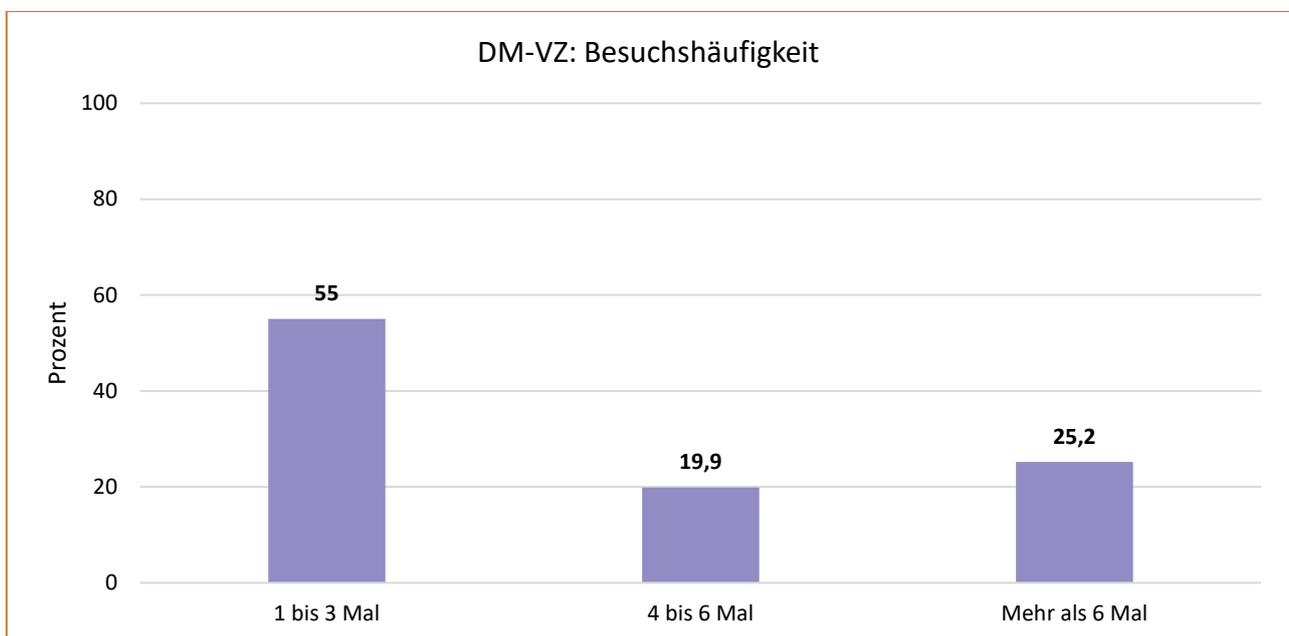


Abbildung 7: Wie häufig haben Sie dieses Museum/Science Center schon besucht? (N = 151)

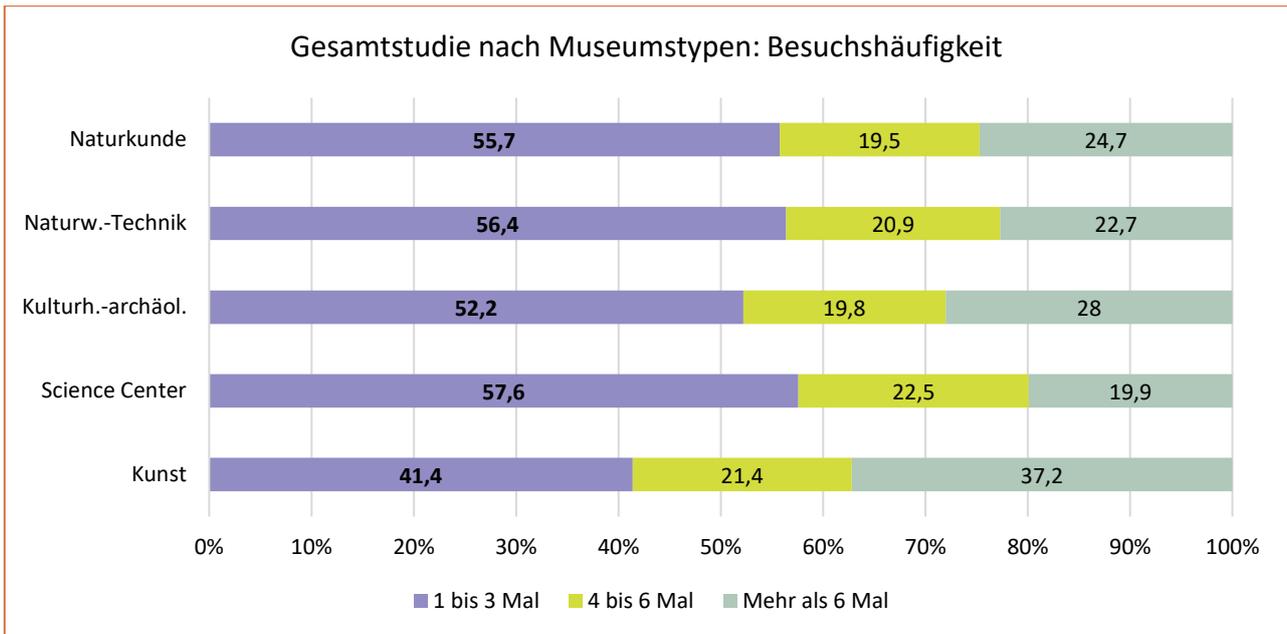


Abbildung 8: Besuchshäufigkeit nach Museumstyp

### 2.1.3 Letzter Museumsbesuch

Die Besucher\*innen, die nicht zum ersten Mal in dem jeweiligen Museum/Science Center waren, wurden darüber hinaus gefragt, wann ihr letzter Besuch in dem Museum/Science Center war. Die Besucher\*innen hatten die Möglichkeit aus einer von vier Optionen zu wählen. Bei der Interpretation insbesondere der Option „in den letzten 1 bis 3 Jahren“ ist zu bedenken, dass Museumsbesuche durch die vollständigen Schließungen der Museen während der Pandemie oft überhaupt nicht möglich waren.

Tabelle 7

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	visitlast
Text:	Wann war Ihr letzter Besuch in diesem Museum/Science Center?
Kategorien:	1 = In den letzten 12 Monaten 2 = In den letzten 1 bis 3 Jahren 3 = Vor über 3 Jahren 4 = Weiß ich nicht mehr

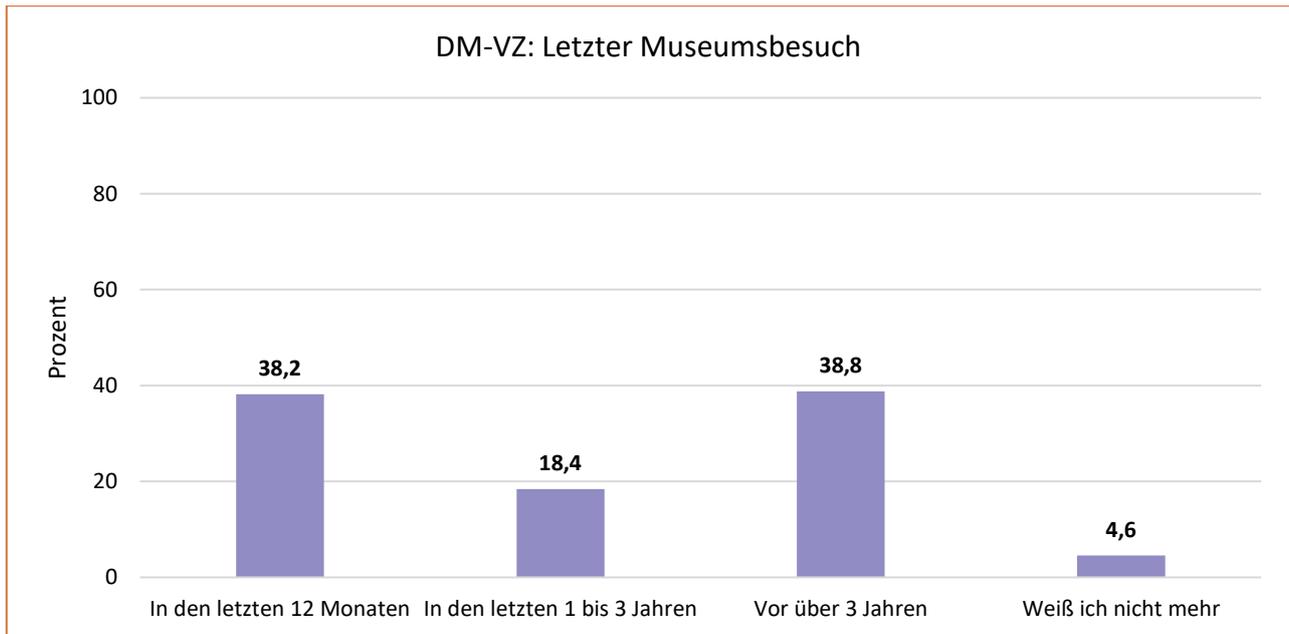


Abbildung 9: Wann war Ihr letzter Besuch in diesem Museum/Science Center? (N = 152)

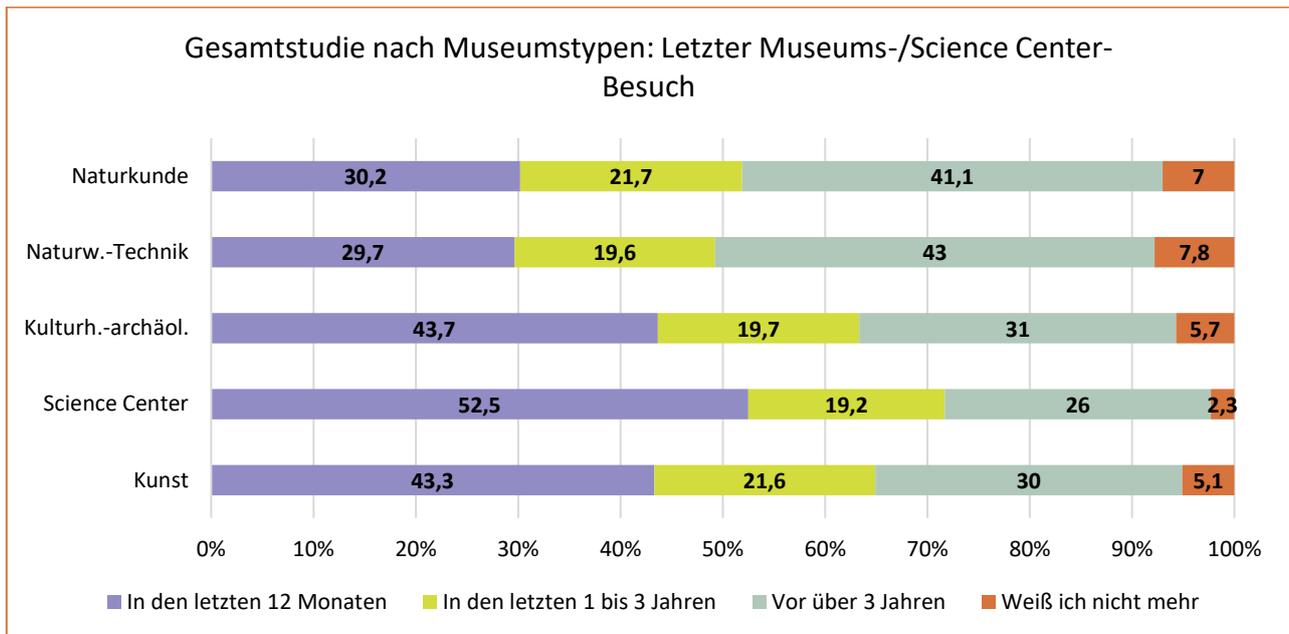


Abbildung 10: Letzter Museumsbesuch nach Museumstypen

#### 2.1.4 Tourist\*in

Alle Besucher\*innen wurden gefragt, ob sie an dem Tag als Tourist in der Stadt sind. Es handelt sich um eine geschlossene Frage mit zwei Antwortoptionen.

Tabelle 8

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	tourist
Text:	Sind Sie heute als Tourist*in in der Stadt?
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nein

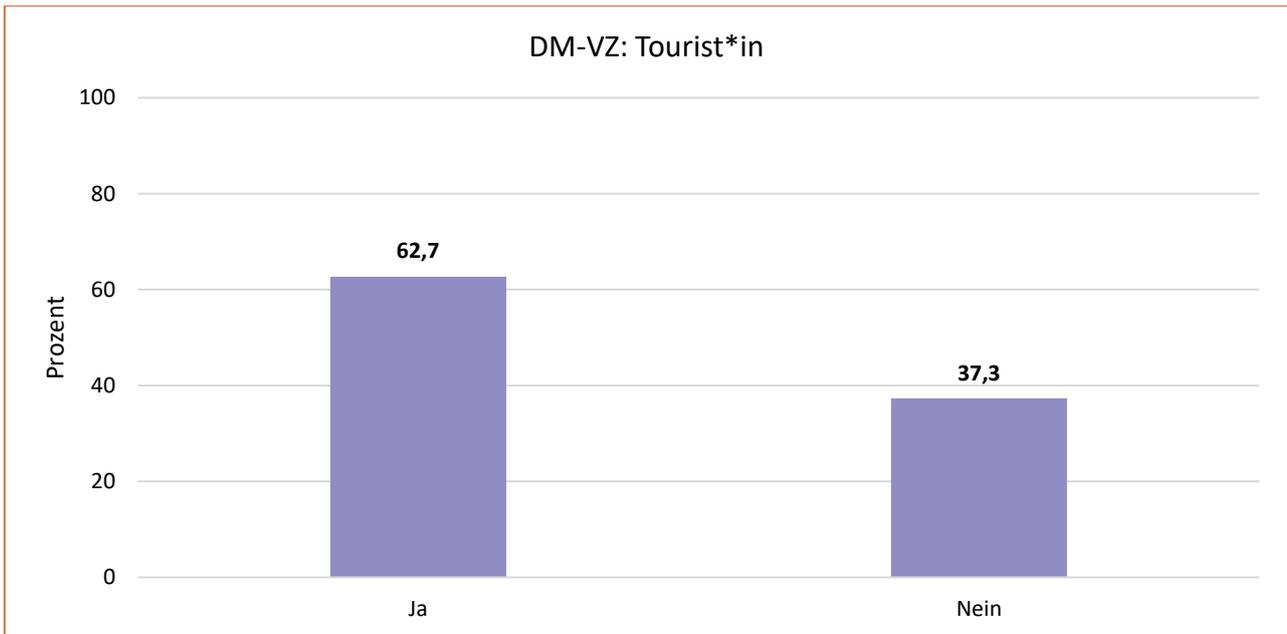


Abbildung 11: Sind Sie heute als Tourist\*in in der Stadt? (N = 595)

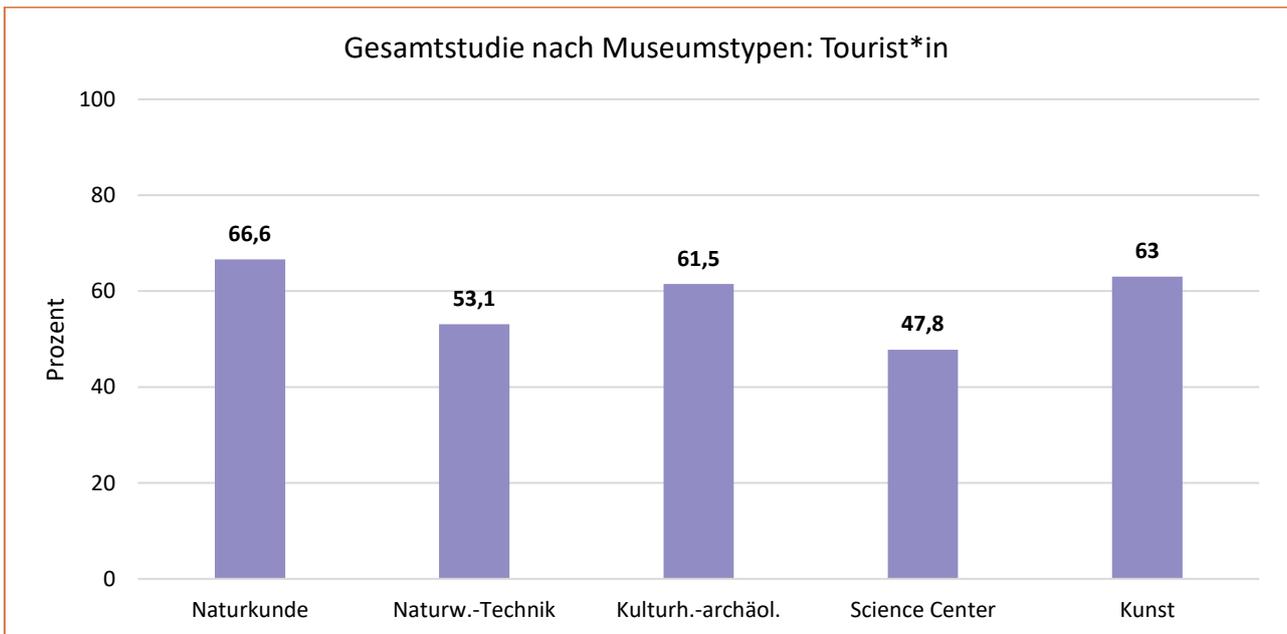


Abbildung 12: Anteil Touristen nach Museumstypen

## 2.2 Museumsbesuche/Kulturelle Aktivitäten

Kulturelle Bildung kann als Lernen und Auseinandersetzung des Menschen mit sich, seiner Umwelt und der Gesellschaft bezeichnet werden. Diese Prozesse finden dabei meist selbstverständlich, unbemerkt und an den verschiedensten Orten statt, wobei der größte Teil der Lernprozesse einer Person nicht an formellen Lernorten wie der Schule, sondern lebenslang an informellen Lernorten stattfinden. Anhand der Frage zu kulturellen Aktivitäten kann erfasst werden, in welchem Ausmaß die befragten Personen kulturelle Aktivitäten wahrnehmen, welche die Basis für solche Lernprozesse bilden. In der vorliegenden Besucher\*innenstrukturanalyse haben wir uns auf die kulturelle Aktivität „Besuch von Museen, Ausstellungen und Science Centern“ konzentriert. Die Besucher\*innen wurden gebeten, für den Besuch verschiedener Museumstypen und Science Center anzugeben, wie häufig sie diese in den letzten 12 Monaten besucht haben.

Tabelle 9

Anzahl der Variablen:	5	
Text:	Wie oft haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Einrichtungen besucht?	
Variablen:	cultact1	Ein Naturkundemuseum besucht
	cultact2	Ein historisches/kulturhistorisches Museum besucht
	cultact3	Eine Kunstaussstellung/ein Kunstmuseum besucht
	cultact4	Ein naturwissenschaftliches-technisches Museum besucht
	cultact5	Ein Science Center besucht
Kategorien:	1 = nie 2 = einmal 3 = 2 bis 3 Mal 4 = 4 bis 5 Mal 5 = mehr als 5 Mal	

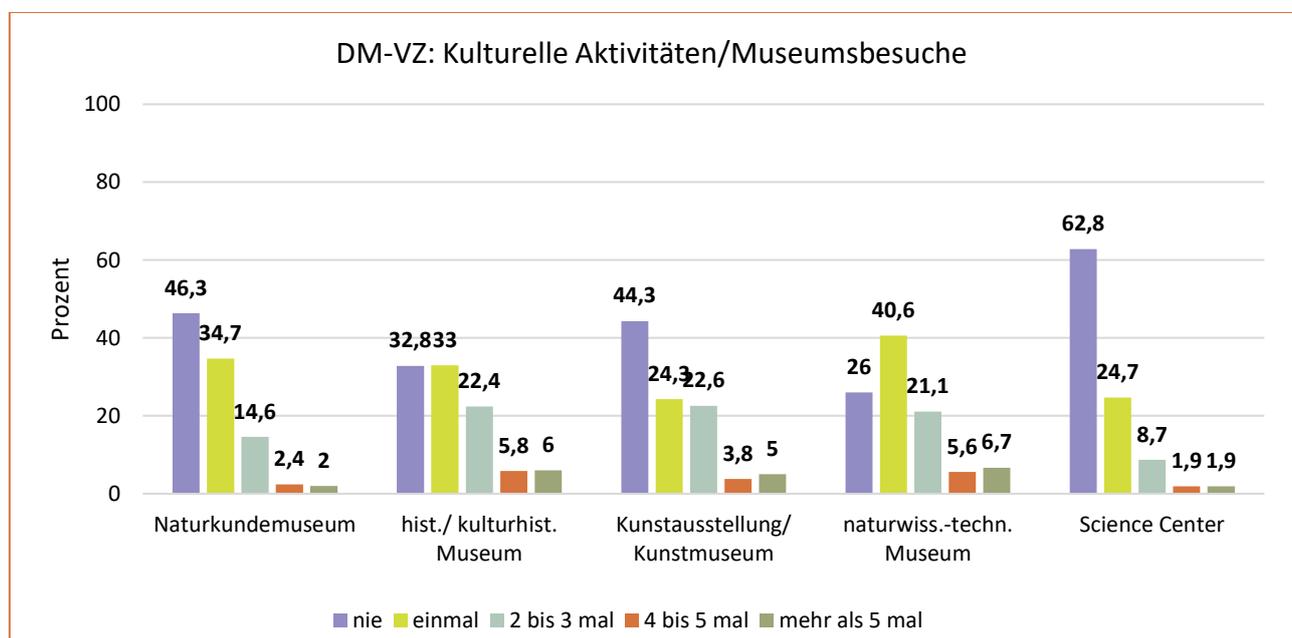


Abbildung 13: Wie oft haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Einrichtungen besucht?  
(N = 587)

### 2.3 Willkommen

Bei dieser Frage geht es darum, inwiefern sich die Besucher\*innen willkommen fühlen im Museum/Science Center, von 1 überhaupt nicht willkommen bis 5 völlig willkommen. Ob sich eine Person willkommen fühlt, beeinflusst nicht nur die Besuchszufriedenheit, sondern ist in Lernumgebungen oft die Voraussetzung dafür, dass Lernen stattfindet. Für das Museum/Science Center als informelle Lernumgebung ist dies ein wichtiger Aspekt.

Tabelle 10

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	welcome1
Text:	Fühlen Sie sich in diesem Museum/Science Center willkommen?
Kategorien:	1 = überhaupt nicht willkommen 2 = ... 3 = ... 4 = ... 5 = völlig willkommen

Deskriptive Ergebnisse für „Willkommen fühlen“ für alle drei Erhebungszeiträume:  $M = 4.6$ ;  $SD = .69$

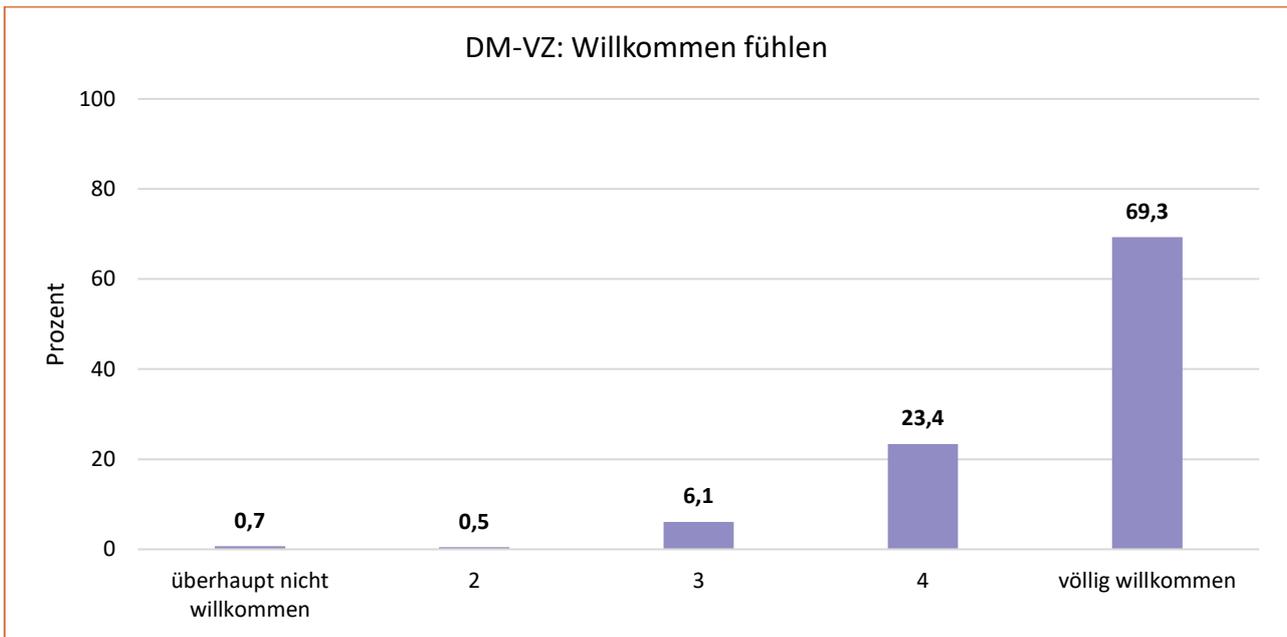


Abbildung 14: Fühlen Sie sich in diesem Museum/Science Center willkommen? (N = 593)

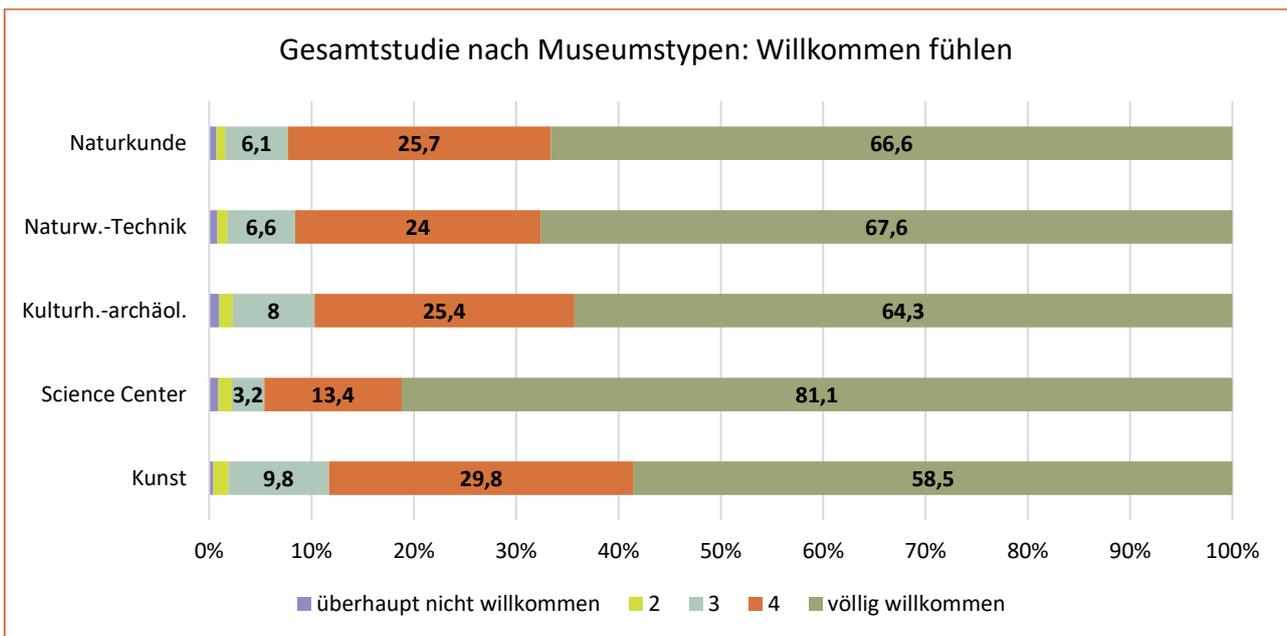


Abbildung 15: Willkommen fühlen nach Museumstypen

### 2.3.1 Grund Nicht-Willkommen

Die Besucher\*innen, die bei der vorherigen Frage („Fühlen Sie sich in diesem Museum/Science Center willkommen?“) 1 oder 2 angekreuzt hatten, konnten anhand einer offenen Frage angeben, warum sie sich nicht willkommen fühlen. Alle Antworten zu offenen Fragen finden Sie im Anhang.

Tabelle 11

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	welcomeneg
Text:	Warum fühlen Sie sich in diesem Museum/Science Center nicht willkommen?
Kategorien:	Offen

### 2.3.2 Grund Willkommen

Die Besucher\*innen, die bei der Frage „Fühlen Sie sich in diesem Museum/Science Center willkommen?“ 4 oder 5 angekreuzt haben, wurden gefragt, warum sie sich willkommen fühlen. In diesem Fall gab es eine Auswahl aus vier geschlossenen Antwortkategorien, die auf Basis der Ergebnisse der Pilotstudie zur Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/2023 sowie der Ergebnisse der Besucher\*innenstrukturanalyse 2018/2019 entwickelt wurden. Auch gab es die Antwortkategorie „Sonstiges“ inklusive der Möglichkeit, einen Grund anzugeben. Die Besucher\*innen konnten mehrere der Antworten anklicken. Eventuelle offene Angaben unter „Sonstiges“ finden sich im Anhang.

Tabelle 12

Anzahl der Variablen:	5	
Text:	Warum fühlen Sie sich willkommen in diesem Museum/Science Center?	
Variablen:	welcomepos1	Aufgrund des Personals
	welcomepos2	Aufgrund des Gebäudes
	welcomepos3	Aufgrund der Exponate/Ausstellungen
	welcomepos4	Aufgrund meiner Begleitung
	welcomepos5	Sonstiges:
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nicht gewählt	

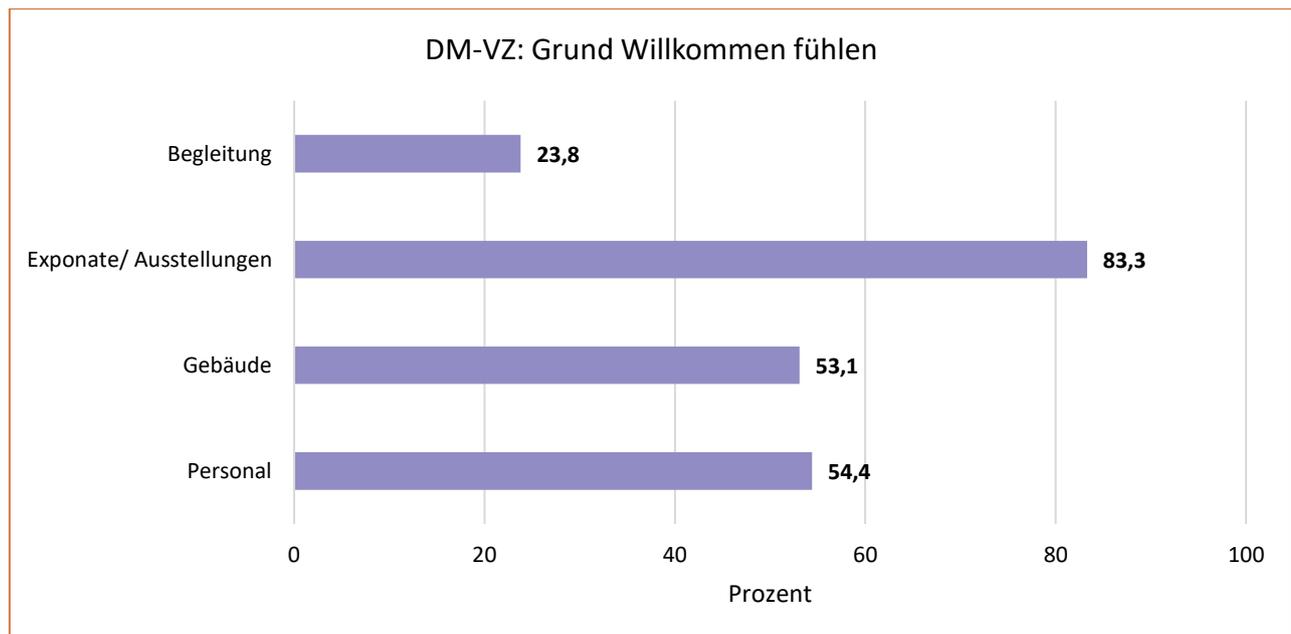


Abbildung 16: Warum fühlen Sie sich willkommen in diesem Museum/Science Center? (N = 550)

### 2.4 Gefallen

Um herauszufinden, was den Besucher\*innen im Museum/Science Center bisher am besten und am wenigsten gefallen hat, gibt es zwei offene Fragen. Die Antworten der Besucher\*innen zu den offenen Fragen befinden sich im Anhang. Diese sind für den vorliegenden Bericht nur grob kategorisiert worden, um einen schnelleren Überblick zu ermöglichen. Eine detaillierte Kategorisierung ist ohne genaue Kenntnis der Gegebenheiten im jeweiligen Museum/Science Center schwierig.

### 2.4.1 Positiv

Die erste offene Frage diente dazu herauszufinden, was den Besucher\*innen im Museum/Science Center bisher am *besten* gefallen hat. Die Angaben zu offenen Fragen finden Sie im Anhang.

Tabelle 13

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	like
Text:	Was gefällt Ihnen in diesem Museum/Science Center bisher am besten?
Kategorien:	Offen

Grob sortiert ergeben sich folgende Häufigkeiten. Dabei ist zu beachten, dass einzelne offene Angaben in mehreren Kategorien einsortiert sein können. Daraus ergibt sich eine höhere Anzahl an offenen Antworten (siehe Anhang).

Tabelle 14

Kategorie	Anzahl
Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre	52
Museum/Betrieb/Service/Café	4
Ausstellung/Wechselausstellung/Inhalt/Interaktion	237
Exponate	271
Medien/App/Mediaguide	2
Andere Angebote/Führung/Vortrag/Labor/Show	1
Lernen/Interesse	2
Fragebogen/Befragung	0
Sonstiges	51

### 2.4.2 Negativ

Die zweite offene Frage diente dazu herauszufinden, was den Besucher\*innen im Museum/Science Center bisher am *wenigsten* gefallen hat. Die Antworten befinden sich im Anhang.

Tabelle 15

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	dislike
Text:	Was gefällt Ihnen in diesem Museum/Science Center bisher am wenigsten?
Kategorien:	Offen

Grob sortiert ergeben sich folgende Häufigkeiten. Dabei ist zu beachten, dass einzelne offene Angaben in mehreren Kategorien einsortiert sein können. Daraus ergibt sich eine höhere Anzahl an offenen Antworten (siehe Anhang).

Tabelle 16

Kategorie	Anzahl
Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre	46
Museum/Betrieb/Service/Café	42
Ausstellung/Wechselausstellung/Inhalt/Interaktion	75
Exponate	44
Medien/App/Mediaguide	6
Andere Angebote/Führung/Vortrag/Labor/Show	3
Lernen/Interesse	0
Fragebogen/Befragung	0
Sonstiges	121

## 2.5 (Digitale) Angebote

In Museen und Science Centern werden die Inhalte auch mit Hilfe verschiedener digitaler Angebote und Formate an die Besucher\*innen vermittelt. Hierzu gehören beispielsweise die Homepage der Einrichtung, Social Media Kanäle sowie Multimediaguide. Einige der Angebote können von den Besucher\*innen bereits vor dem Besuch genutzt werden. Dadurch wird ihnen die Möglichkeit gegeben, ihren Besuch vorzubereiten. Andere Angebote können nur im Museum bzw. Science Center selbst genutzt werden. Vor diesem Hintergrund wird sowohl die Nutzung (digitaler) Angebote durch die Besucher\*innen vor dem Besuch als auch während des Besuchs erfasst. Die jeweils in den einzelnen Einrichtungen verfügbaren Angebote wurden anhand einer Kategorie-Matrix vor der Befragung von den Museen/Science Centern bereitgestellt und einrichtungsspezifisch abgefragt. Die Kategorie-Matrix kann unter folgendem Link angesehen werden: [https://leibniz-bim.de/wp-content/uploads/2023/06/Medien-Vor-Waehrend-Besuch\\_2211022.docx](https://leibniz-bim.de/wp-content/uploads/2023/06/Medien-Vor-Waehrend-Besuch_2211022.docx)

### 2.5.1 (Digitale) Angebote vor Museumsbesuch/Science Center Besuch

Die Nutzung (digitaler) Angebote vor dem Besuch wurde anhand einer geschlossenen Frage abgefragt. Dabei konnten die Besucher\*innen nur aus jeweils den (digitalen) Angeboten der Einrichtung wählen, die sie auch besucht haben. Die Angebote der anderen Einrichtungen wurden nicht gezeigt.

Tabelle 17

Anzahl der Variablen:	Museumsabhängig	
Text:	Welche der folgenden Angebote des Museums/Science Centers haben Sie vor Ihrem Besuch genutzt?	
Variablen:	mb071	Webseite www.deutsches-museum.de
	mb072	Youtube-Kanal des Deutschen Museums
	mb073	Soziale Medien (Twitter, Instagram, Facebook)
	mb076	Ausstellungsführer, Ausstellungskataloge
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nein 3 = Unsicher	

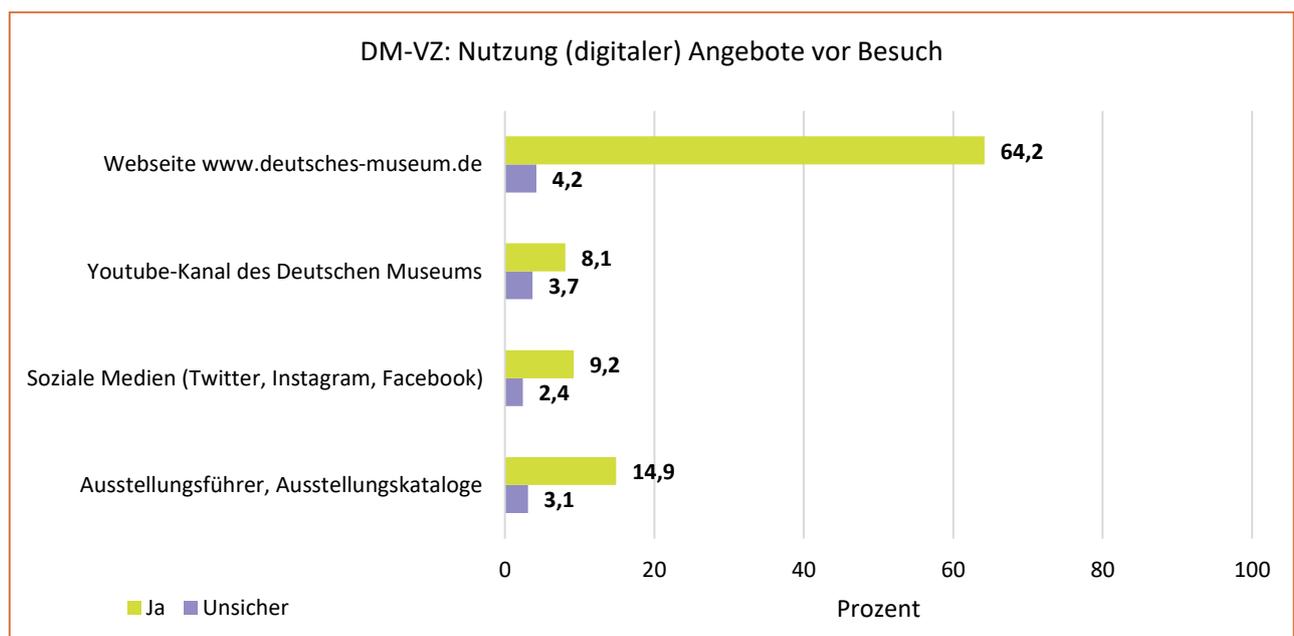


Abbildung 17: Welche der folgenden Angebote des Museums/Science Centers haben Sie vor Ihrem Besuch genutzt? (N = 557)

### 2.5.2 (Digitale) Angebote während Museumsbesuch/Science Center Besuch

Die Nutzung (digitaler) Angebote während des Besuchs wurde anhand einer geschlossenen Frage abgefragt. Auch hier konnten die Besucher\*innen nur aus jeweils den (digitalen) Angeboten der Einrichtung wählen, die sie besucht haben. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu bedenken, dass die Befragung während des Besuchs und nicht am Besuchsende stattfand. Dadurch besteht die Möglichkeit, dass nicht alle Angebote zum Zeitpunkt der Befragungen bereits genutzt wurden bzw. werden konnten.

Tabelle 18

Anzahl der Variablen:	Museumsabhängig	
Text:	Welche der folgenden Angebote des Museums/Science Centers haben Sie während Ihres Besuchs genutzt?	
Variablen:	md111	Führung/Vorführung
	md112	Workshop
	md113	Hörstation/Audiostation/Multimediastation (mit Bildschirm)
	md114a	Dampflok S 3/6, Kutschensimulator, Puffing Billy
	md114b	S-Bahn Fahrsimulator, PKW-Fahrsimulator
	md114c	SupraGleiter (Magnetschwebbahn-Demo)
	md115	Audioguide (mit Leihgerät)
	md117	Spiele App Twiddle
	md119	Ausstellungsführer, Katalog, Forscherbögen
	md120	Sonderausstellung
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nein 3 = Unsicher	

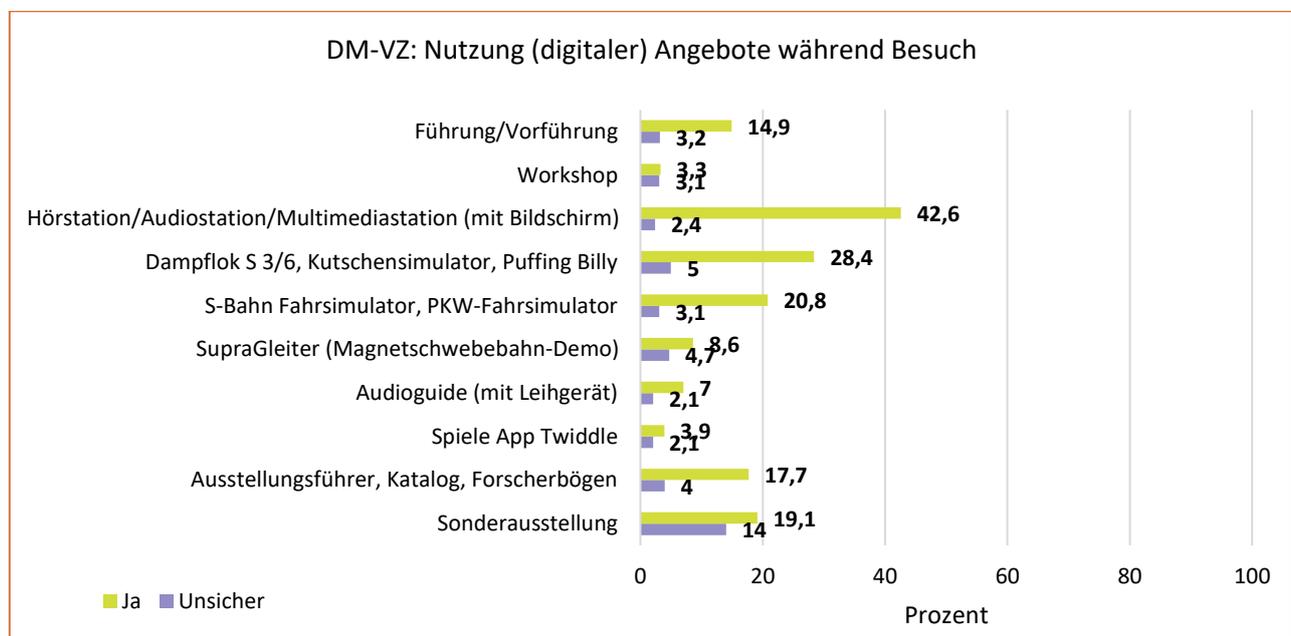


Abbildung 18: Welche der folgenden Angebote des Museums/Science Centers haben Sie während Ihres Besuchs genutzt? (N = )

### 2.6 Museumsbesuch Kindheit

Theoretische Erkenntnisse und empirische Befunde deuten darauf hin, dass Besuche außerschulischer Lernorte in der Kindheit einen Einfluss auf Besuche im Erwachsenenalter haben. Aus diesem Grund wurden die Besucher\*innen nach ihren Besuchen von Museen und Science Centern in ihrer Kindheit befragt.

### 2.6.1 Besuchshäufigkeit Kindheit

Die Besucher\*innen wurden zuerst nach ihren Besuchen von Museen und Science Centern in ihrer Kindheit befragt. Es handelt sich um eine geschlossene Frage mit vier Antwortkategorien.

Tabelle 19

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	visitchildhood
Text:	Wenn Sie an Ihre eigene Kindheit zurückdenken: Waren Sie als Kind öfter in Museen, Ausstellungen oder Science Centern? (Können Sie sich an mehrere, intensive Besuche erinnern?)
Kategorien:	1 = Ja, sehr oft 2 = Ja, hin und wieder 3 = Ich kann mich an keine Museums-/Science Center-Besuche erinnern 4 = Ich war als Kind nicht im Museum/Science Center

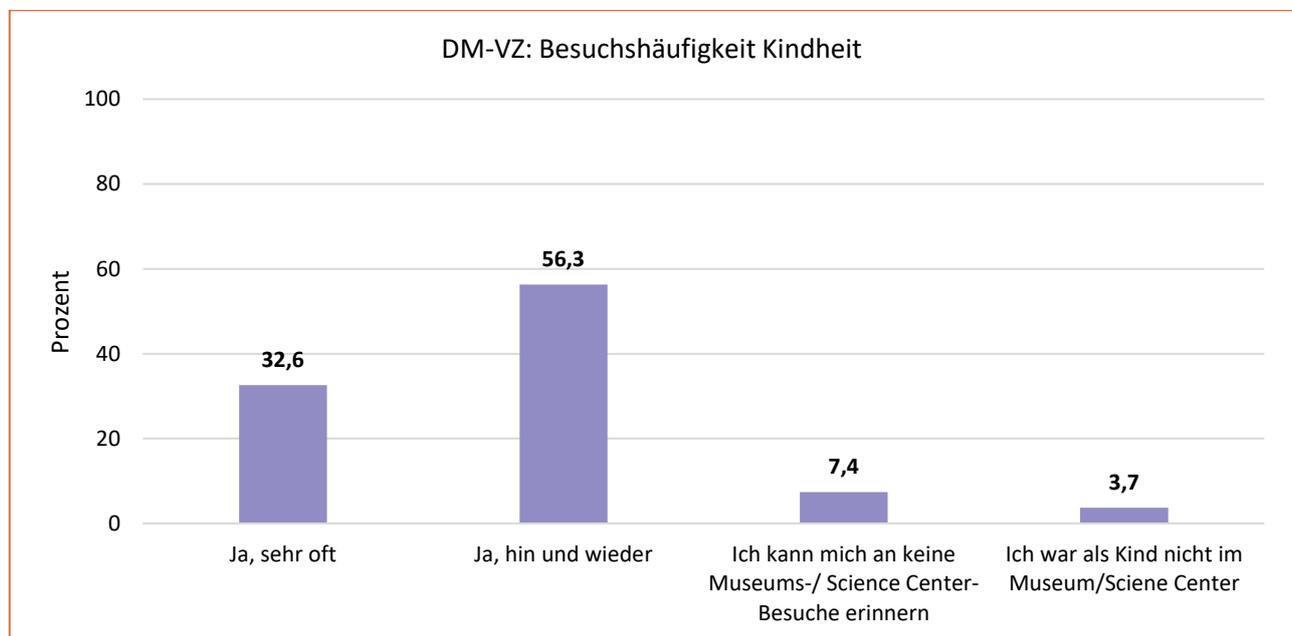


Abbildung 19: Wenn Sie an Ihre eigene Kindheit zurückdenken: Waren Sie als Kind öfter in Museen, Ausstellungen oder Science Centern? (Können Sie sich an mehrere, intensive Besuche erinnern?) (N = 592)

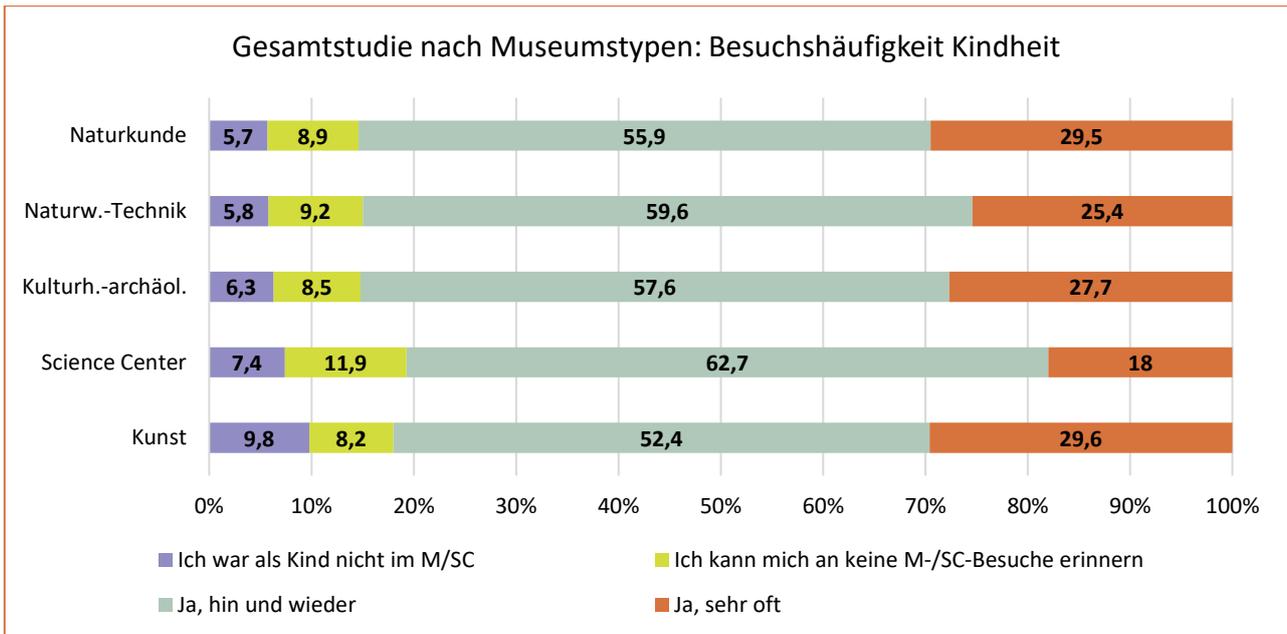


Abbildung 20: Museum-/Science Center-/Ausstellungsbesuche in Kindheit nach Museumstypen

### 2.6.2 Begleitsituation Kindheit

Wenn die befragten Besucher\*innen bei der vorherigen Frage eine der ersten beiden Antwortoptionen gewählt haben, wurden sie im Anschluss gefragt, mit wem sie in ihrer Kindheit Museen und/oder Science Center besucht haben.

Tabelle 20

Anzahl der Variablen:	4	
Text:	Wenn Sie als Kind Museen, Ausstellungen oder Science Center besucht haben, mit wem waren Sie meistens dort?	
Variablen:	vchildacc1	Mit meinen Eltern/Großeltern
	vchildacc2	Mit Freunden/Bekanntem
	vchildacc3	Mit der Schule
	vchildaccother	Sonstiges:
Kategorien:	0 = Nicht gewählt 1 = Ja	

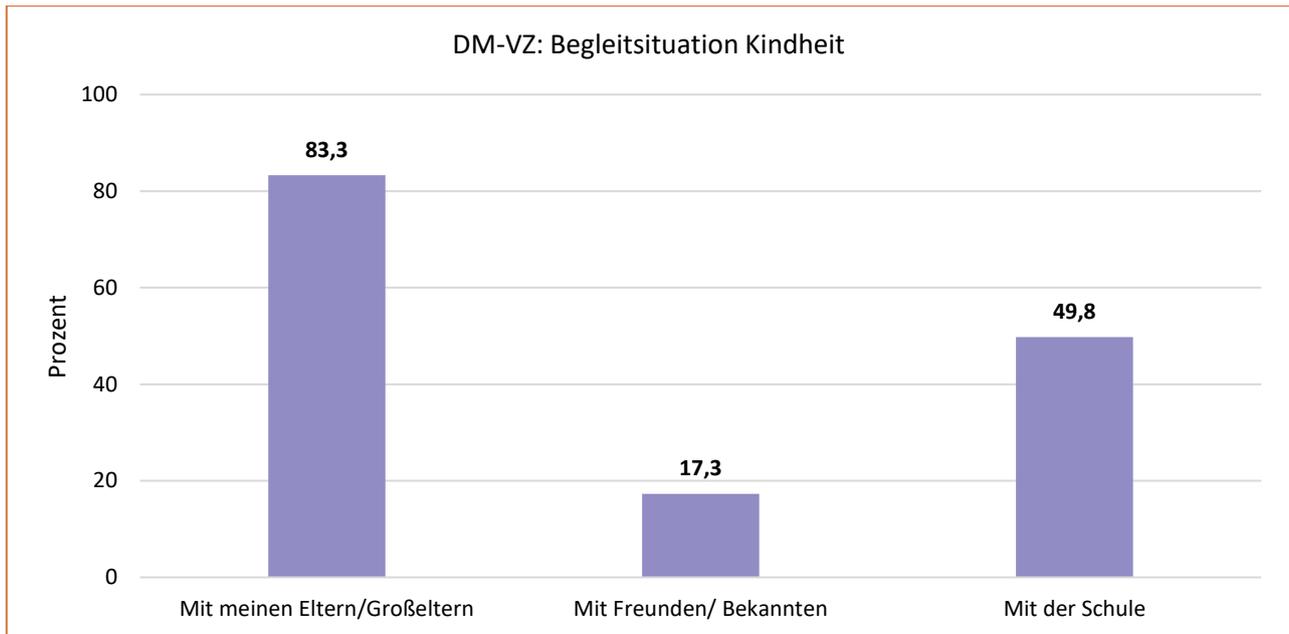


Abbildung 21: Wenn Sie als Kind Museen, Ausstellungen oder Science Center besucht haben, mit wem waren Sie meistens dort? (N = 526)

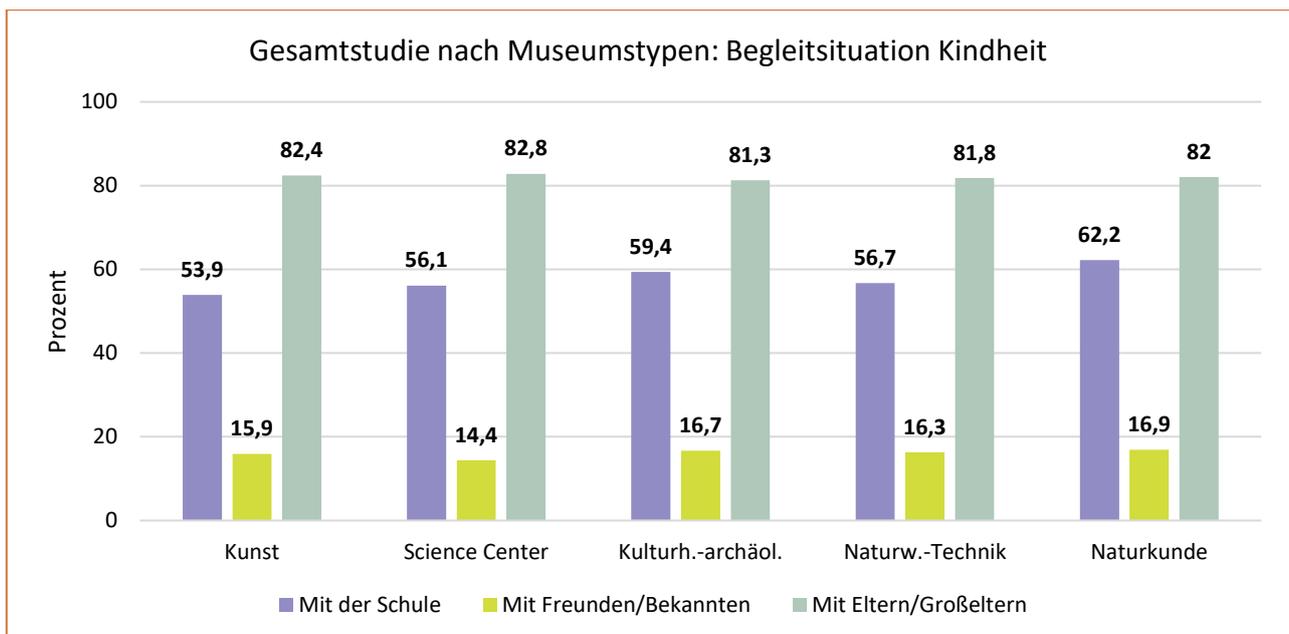


Abbildung 22: Begleitsituation Kindheit nach Museumstypen

## 2.7 Vertrauenswürdigkeit

In der heutigen Zeit sehen sich die Menschen mit vielen unterschiedlichen Informationsquellen konfrontiert, die Botschaften, Nachrichten und/oder Fakten vermitteln. Dabei konkurrieren außerschulische Lernorte mit Quellen wie lokalen und nationalen Nachrichtenagenturen oder gemeinnützigen Organisationen. Aber auch soziale Medien nehmen einen immer größeren Stellenwert im Leben gerade jüngerer Generationen ein. Vor diesem Hintergrund ist es für außerschulische Lernorte wie Museen und Science Center von Interesse zu wissen, welche Rolle sie in dieser Welt spielen und wie sehr ihnen als Institution und Informationsquelle von ihren Besucher\*innen vertraut wird. Die Vertrauenswürdigkeit von Museen und Science Centern wird anhand von neun geschlossenen Items erhoben, die anhand einer Likert-Skala von 1 = nicht vertrauenswürdig bis 10 = sehr vertrauenswürdig beantwortet werden.

Tabelle 21

Quelle:	American Alliance of Museums & Wilkening Consulting (2021). <i>Museums and Trust</i> . Spring 2021. <a href="https://www.aam-us.org/2021/10/05/exploring-museums-and-trust-2021/">https://www.aam-us.org/2021/10/05/exploring-museums-and-trust-2021/</a> → übersetzt und angepasst	
Anzahl der Variablen:	9	
Text:	Nachfolgend stehen verschiedene Informationsquellen. Bitte geben Sie für jede Informationsquelle an, wie groß das Vertrauen ist, das Sie ihr entgegenbringen.	
Variablen:	trust1	Familie und Freunde
	trust2	Forscher/innen und Wissenschaftler/innen
	trust3	Museen/Science Center
	trust4	Gemeinnützige Organisationen/ Nichtregierungsorganisationen (z.B. Greenpeace, Amnesty International)
	trust5	Lokale Nachrichtenagenturen (örtliche Zeitungen, Radiosender oder Fernsehsender)
	trust6	Nationale Nachrichtenorganisationen (überregionale Fernsehsender oder Zeitungen)
	trust7	Regierung des Heimatlandes
	trust8	Private Unternehmen
	trust9	Soziale Medien
Kategorien:	1 = Nicht vertrauenswürdig 2 = 3 = 4 = 5 = 6 = 7 = 8 = 9 = 10 = Sehr vertrauenswürdig 11 = Keine Angabe	

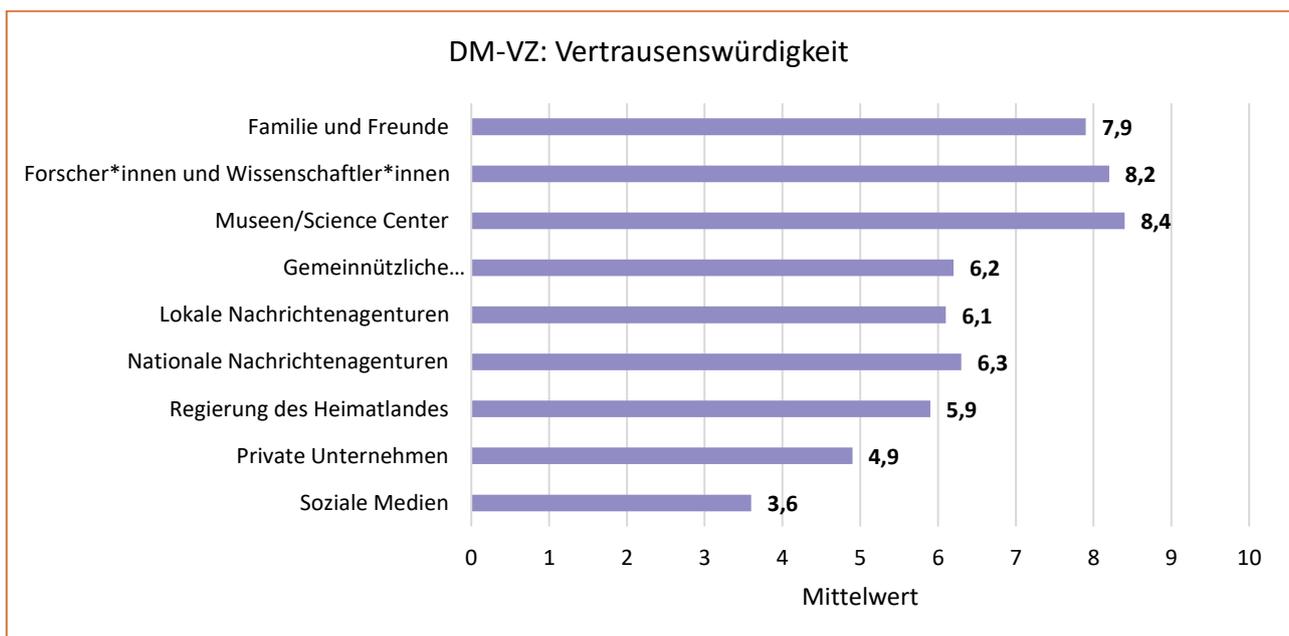


Abbildung 23: Nachfolgend stehen verschiedene Informationsquellen. Bitte geben Sie für jede Informationsquelle an, wie groß das Vertrauen ist, das Sie ihr entgegenbringen. (N = 554)

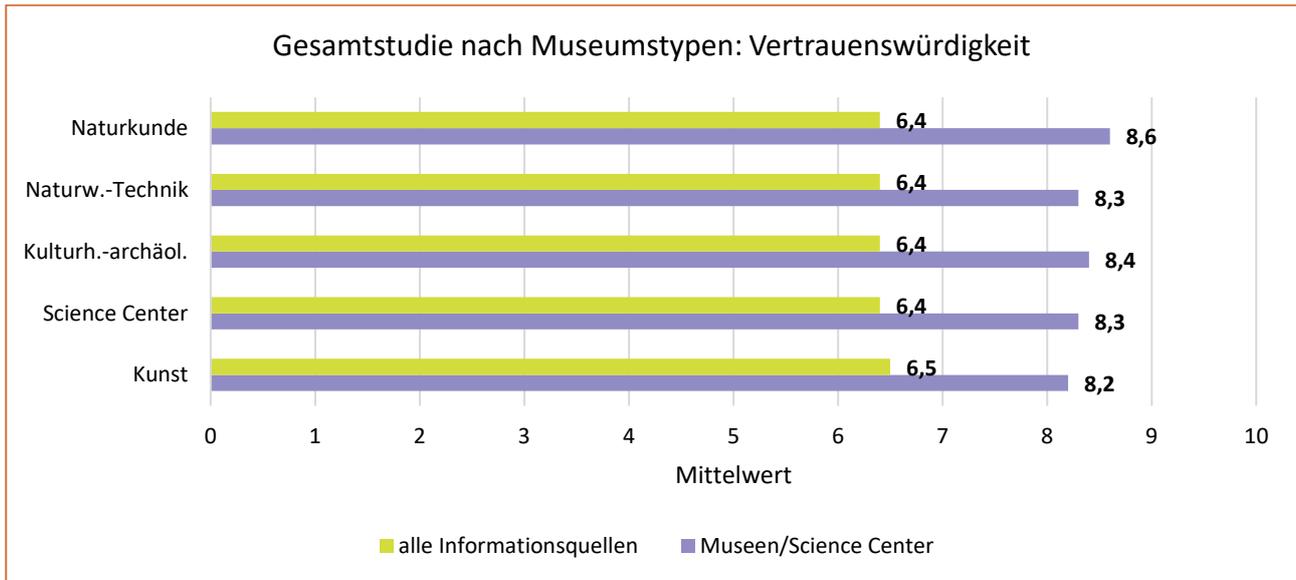


Abbildung 24: Vertrauen in Museen/Science Center nach Museumstypen

## 2.8 Position

Theoretische Erkenntnisse und empirische Befunde weisen darauf hin, dass das Vertrauen in Museen und Science Center als außerschulische Lernorte darauf basiert, dass diese faktenbasiert und unparteiisch sind bzw. sein sollten (American Alliance of Museums & Wilkening Consulting, 2021). Ob die Besucher\*innen der Meinung sind, dass Museen und Science Center eine politisch neutrale Position einnehmen bzw. einnehmen sollten, wird deshalb anhand dreier Fragen erfasst.

Tabelle 22

Quelle:	American Alliance of Museums & Wilkening Consulting (2021). <i>Museums and Trust</i> . Spring 2021. <a href="https://www.aam-us.org/2021/10/05/exploring-museums-and-trust-2021/">https://www.aam-us.org/2021/10/05/exploring-museums-and-trust-2021/</a> → übersetzt und angepasst
Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	position1
Text:	Denken Sie, dass Museen/Science Center politisch neutrale/unparteiische Informationsquellen sind oder dass Museen/Science Center eine politische Agenda verfolgen?
Kategorien:	1 = Museen/Science Center sind politisch neutral/unparteiisch. 2 = Museen/Science Center haben nicht unbedingt eine politische Agenda, aber sie haben eine Meinung oder einen Standpunkt, den sie in den Ausstellungen teilen. 3 = Museen/Science Center haben eine politische Agenda.

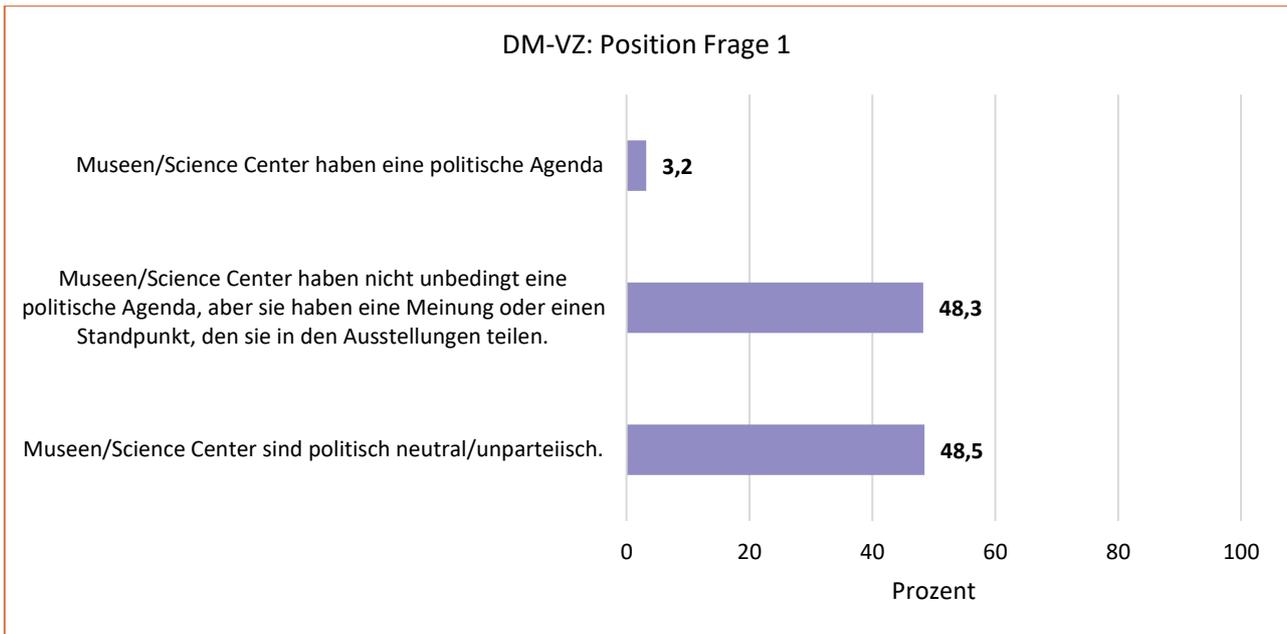


Abbildung 25: Denken Sie, dass Museen/Science Center politisch neutrale/unparteiische Informationsquellen sind oder dass Museen/Science Center eine politische Agenda verfolgen? (N = 569)

Des Weiteren wurden die Besucher\*innen gefragt, ob sie denken, dass Museen/Science Center neutral sein sollten oder ob es okay ist, wenn sie eine bestimmte Position einnehmen.

Tabelle 23

Quelle:	American Alliance of Museums & Wilkening Consulting (2021). <i>Museums and Trust</i> . Spring 2021. <a href="https://www.aam-us.org/2021/10/05/exploring-museums-and-trust-2021/">https://www.aam-us.org/2021/10/05/exploring-museums-and-trust-2021/</a> → übersetzt und angepasst
Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	position2
Text:	Denken Sie, dass Museen/Science Center neutral sein sollten oder ist es okay, wenn sie eine bestimmte Position einnehmen?
Kategorien:	1 = Museen/Science Center sollten immer neutral sein. 2 = Museen/Science Center können eine bestimmte Position einnehmen, die ihren Aufgaben/Zweck entspricht. 3 = Museen/Science Center können und/oder sollten zu wichtigen Themen Stellung beziehen, auch zu kontroversen Themen.

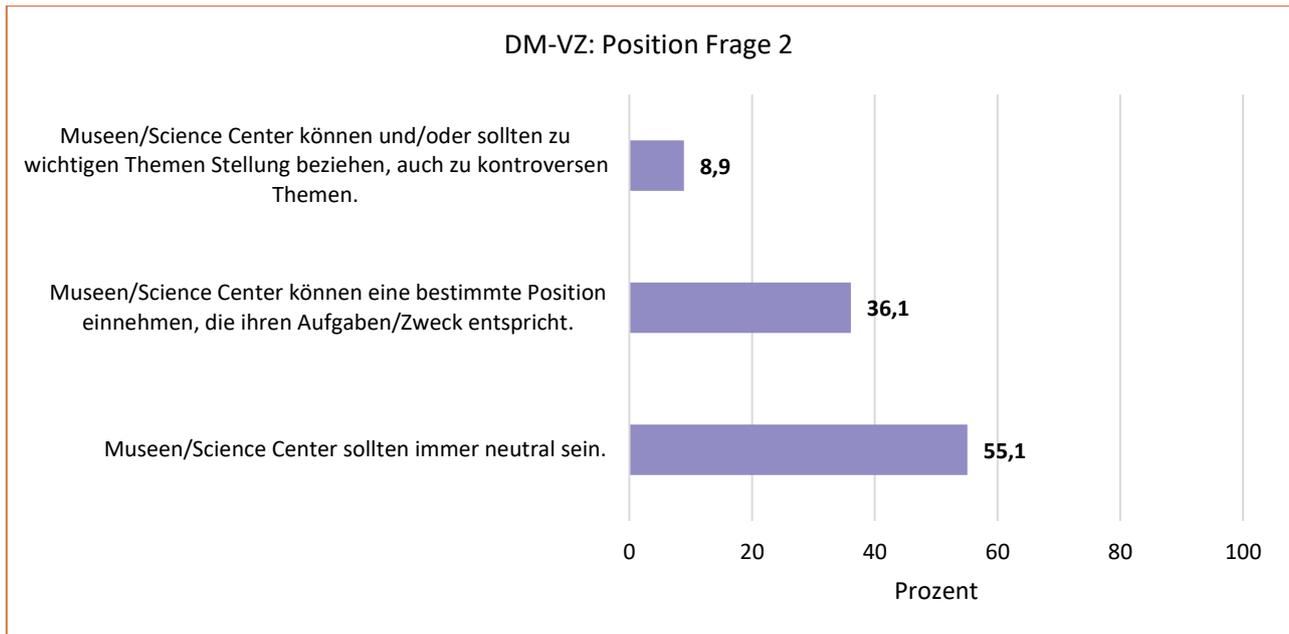


Abbildung 26: Denken Sie, dass Museen/Science Center neutral sein sollten oder ist es okay, wenn sie eine bestimmte Position einnehmen? (N = 574)

Als dritte Frage hinsichtlich der Position von Museen wurden die befragten Besucher\*innen gebeten, ihre Meinung anzugeben, ob es angemessen ist, dass Museen/Science Center der Öffentlichkeit Verhaltensweisen oder Maßnahmen vorschlagen oder empfehlen.

Tabelle 24

Quelle:	American Alliance of Museums & Wilkening Consulting (2021). <i>Museums and Trust</i> . Spring 2021. <a href="https://www.aam-us.org/2021/10/05/exploring-museums-and-trust-2021/">https://www.aam-us.org/2021/10/05/exploring-museums-and-trust-2021/</a> → übersetzt und angepasst
Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	position3
Text:	Ist es Ihrer Meinung nach angemessen, dass Museen/Science Center der Öffentlichkeit Verhaltensweisen oder Maßnahmen vorschlagen oder empfehlen?
Kategorien:	1 = Das ist nie angemessen. 2 = Nur wenn diese Verhaltensweisen oder Maßnahmen mit den Aufgaben/Zweck des Museums/Science Centers im Zusammenhang stehen. 3 = Ja, zu jedem Thema.

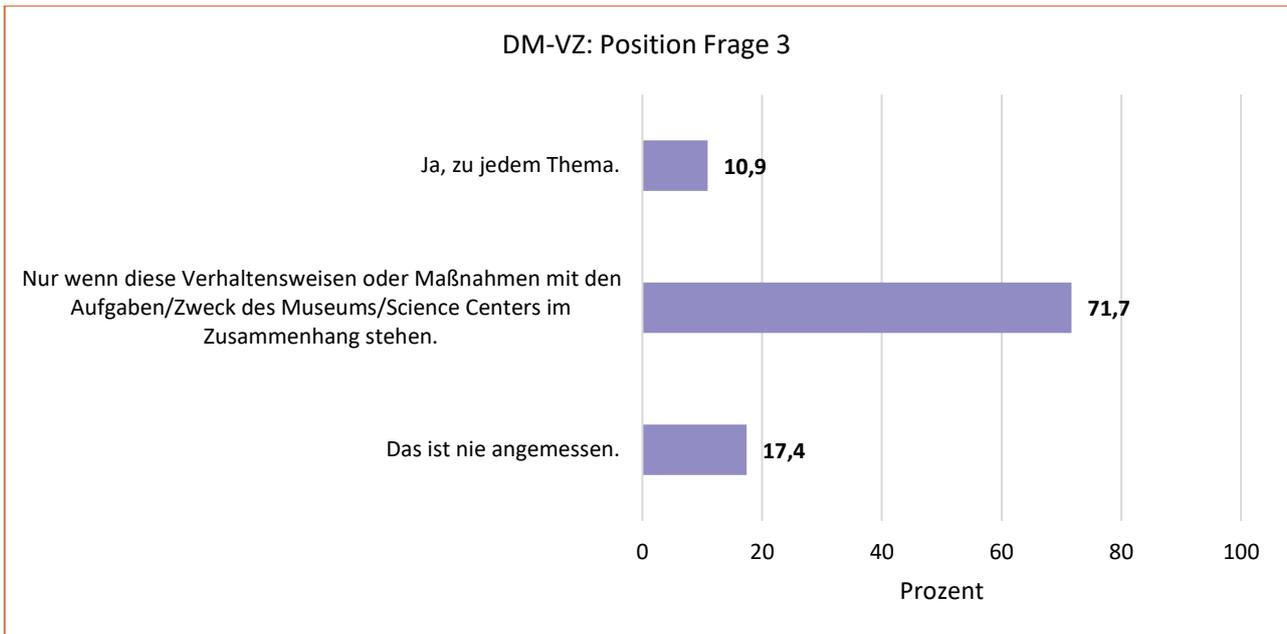


Abbildung 27: Ist es Ihrer Meinung nach angemessen, dass Museen/Science Center der Öffentlichkeit Verhaltensweisen oder Maßnahmen vorschlagen oder empfehlen? (N = 569)

### 3 Fragen zur Person

Die teilnehmenden Besucher\*innen wurden mit einigen Fragen zu ihren demografischen Daten sowie zu ihrem sozio-ökonomischen Hintergrund befragt.

#### 3.1 Geschlecht

Die Besucher\*innen wurden nach ihrem Geschlecht gefragt. Für die Beantwortung standen den Besucher\*innen vier Antwortmöglichkeiten zur Verfügung.

Tabelle 25

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	sex
Text:	Welches Geschlecht trifft auf Sie zu?
Kategorien:	1 = Weiblich 2 = Männlich 3 = Intersexuell/Divers 4 = Keine Angabe

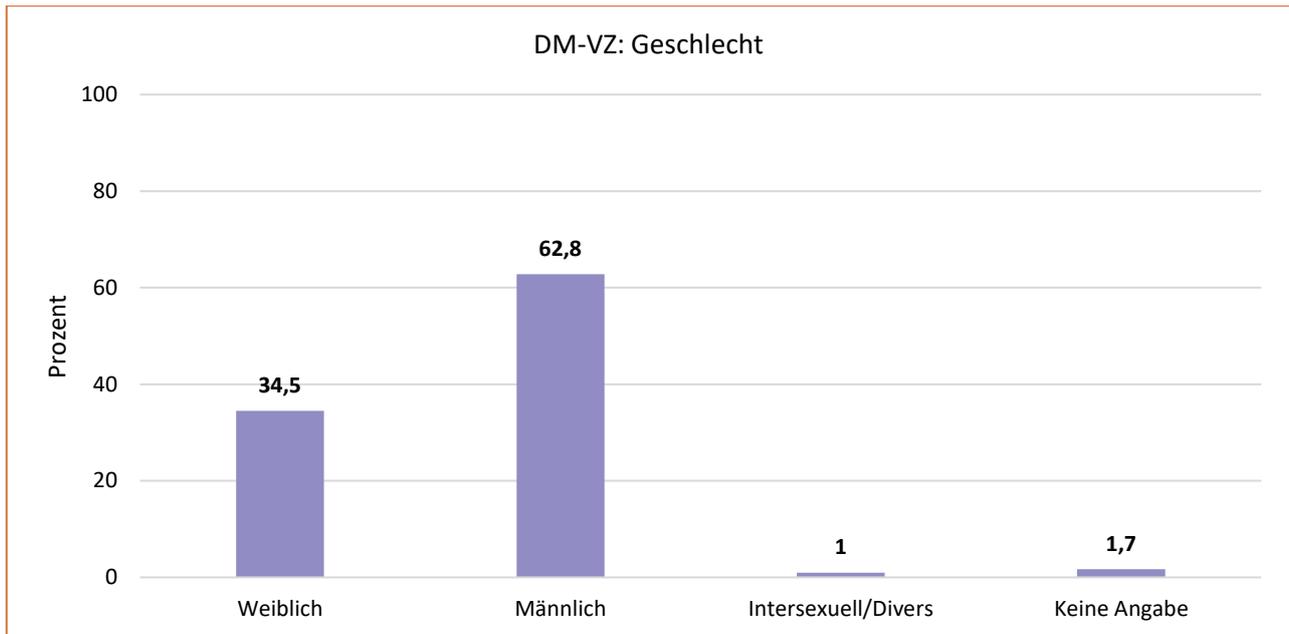


Abbildung 28: Welches Geschlecht trifft auf Sie zu? (N = 586)

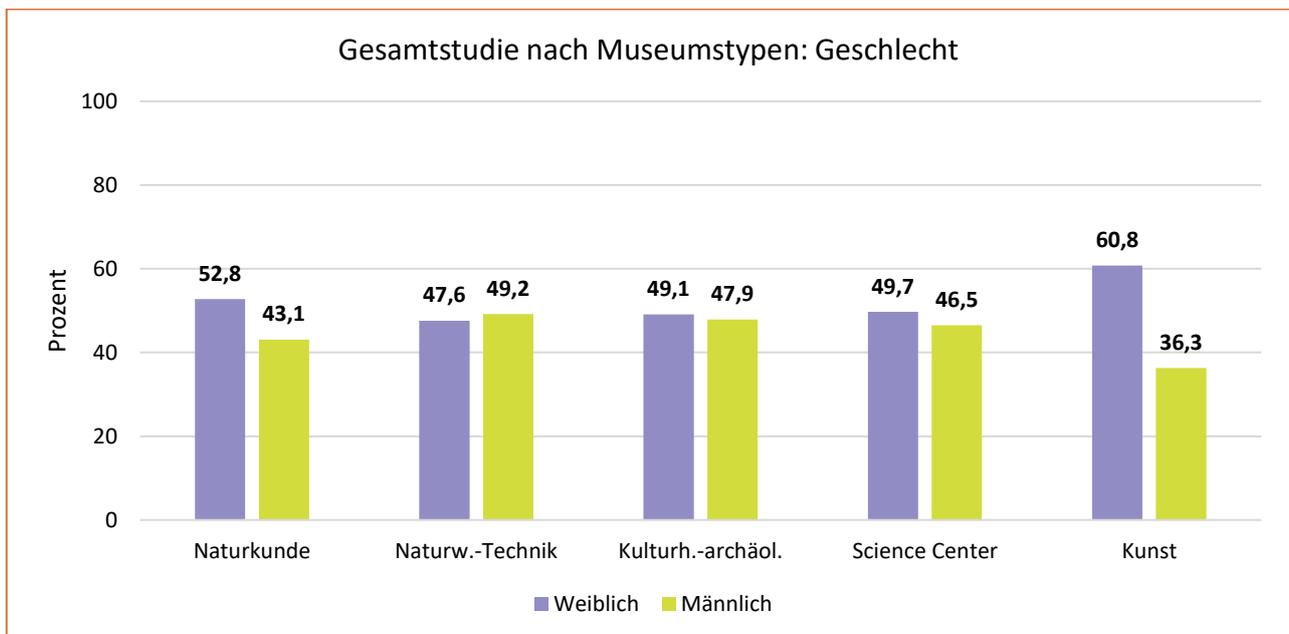


Abbildung 29: Geschlecht nach Museumstypen

### 3.2 Geburtsjahr

Das Alter der Besucher\*innen wurde mit einem offenen Antwortformat abgefragt, bei dem angegeben wurde, in welchem Jahr die Besucher\*innen geboren wurden.

Tabelle 26

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	year
Text:	In welchem Jahr sind Sie geboren worden?
Kategorien:	Offen

In der vorliegenden Studie wurden lediglich Besucher\*innen ab einem Alter von 15 Jahren befragt. Das Durchschnittsalter der Besucher\*innen der Gesamtstichprobe im Deutschen Museum Verkehrszentrum ist 43 Jahre ( $SD = 16.82$ ;  $Min = 15$ ;  $Max = 85$ ). Um aussagekräftige und übersichtliche Analysen zu ermöglichen, wurden zudem Alterskohorten gebildet.

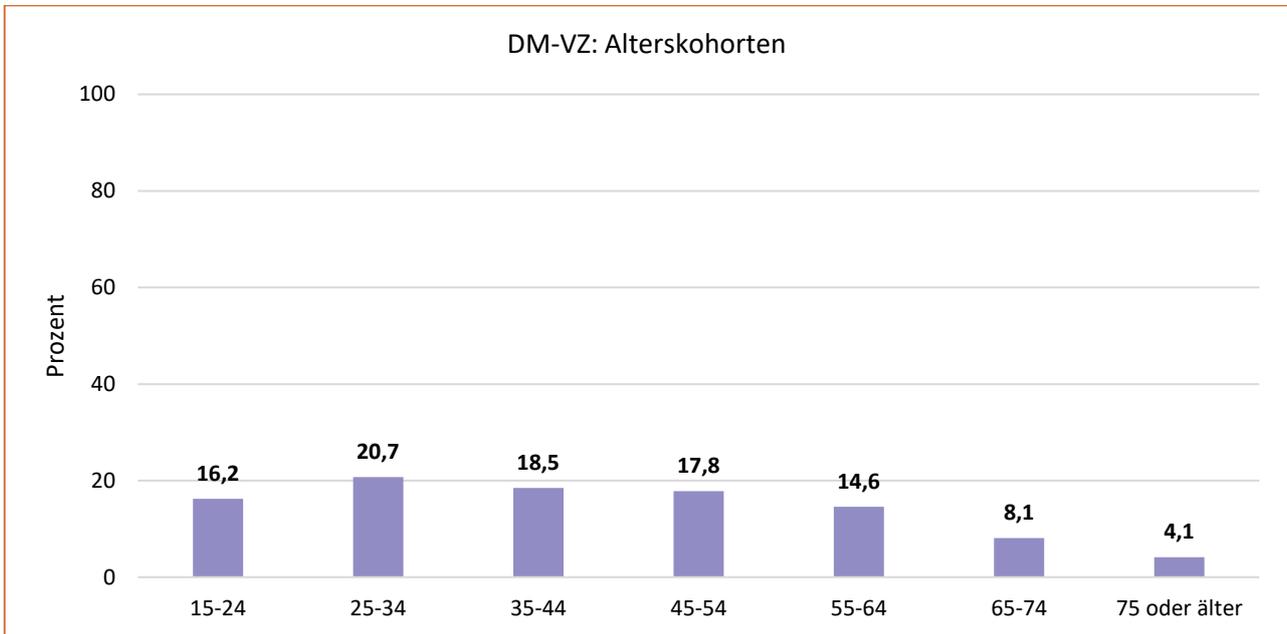


Abbildung 30: In welchem Jahr sind Sie geboren worden? (hier umgewandelt in Alterskohorten) ( $N = 556$ )

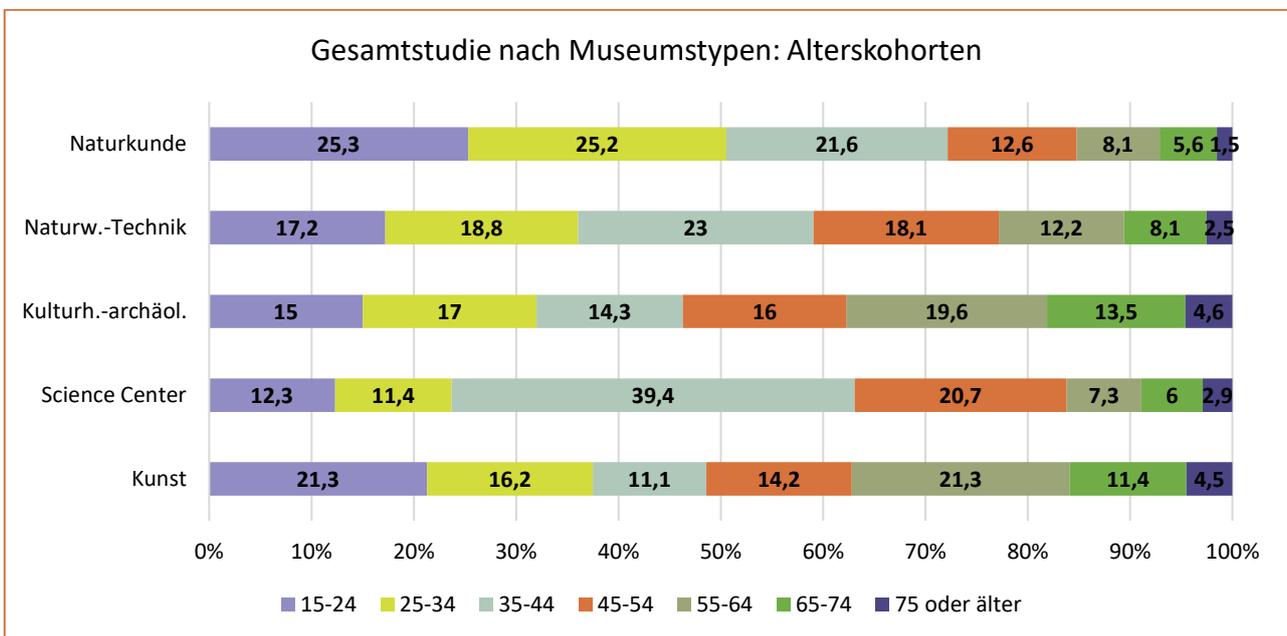


Abbildung 31: Alterskohorten nach Museumstypen

### 3.3 Wohnort

Der Wohnort wurde mit unterschiedlicher Detailtiefe erfasst: Personen, die angaben, in Deutschland zu wohnen, wurden gebeten, ihre Postleitzahl anzugeben. Hierdurch kann ermittelt werden, ob es sich eher um regionale Besucher\*innen handelt oder um überregionale Besucher\*innen (> 20km). Die Besucher\*innen, die angaben, nicht in Deutschland zu wohnen, wurden gebeten anzugeben, in welchem Land sie leben.

### 3.3.1 Wohnort Deutschland

Die Besucher\*innen wurden gefragt, ob der aktuelle Wohnort in Deutschland liegt.

Tabelle 27

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	residence
Text:	Wohnen Sie in Deutschland?
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nein

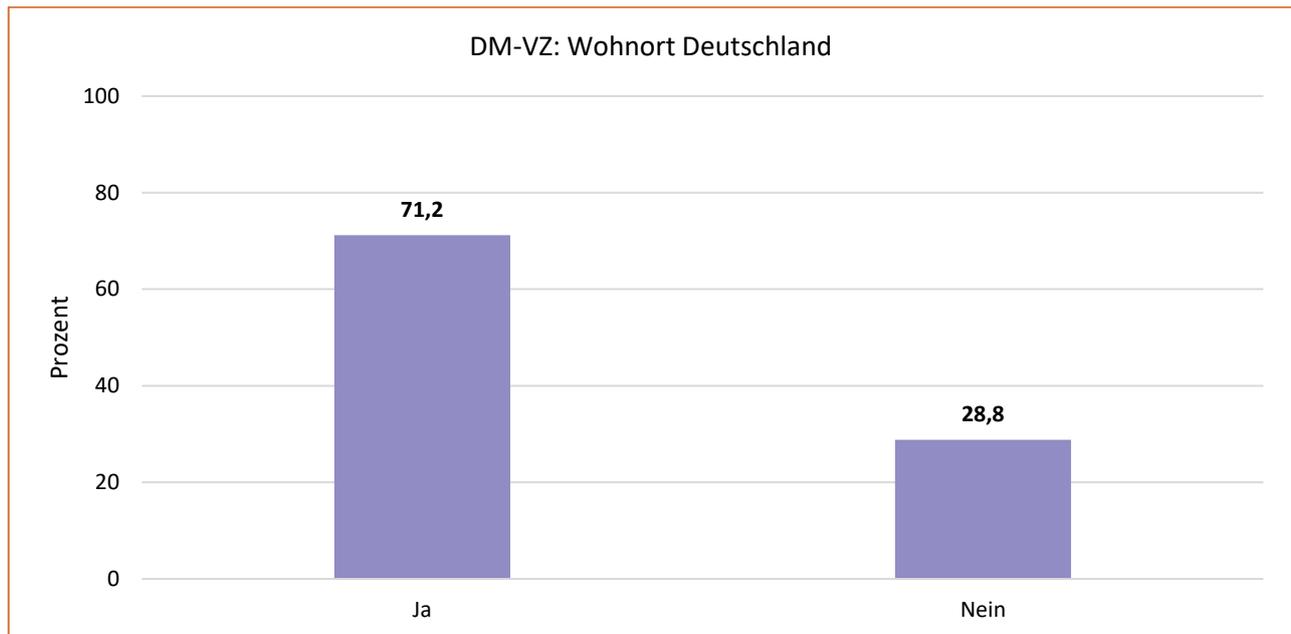


Abbildung 32: Wohnen Sie in Deutschland? (N = 552)

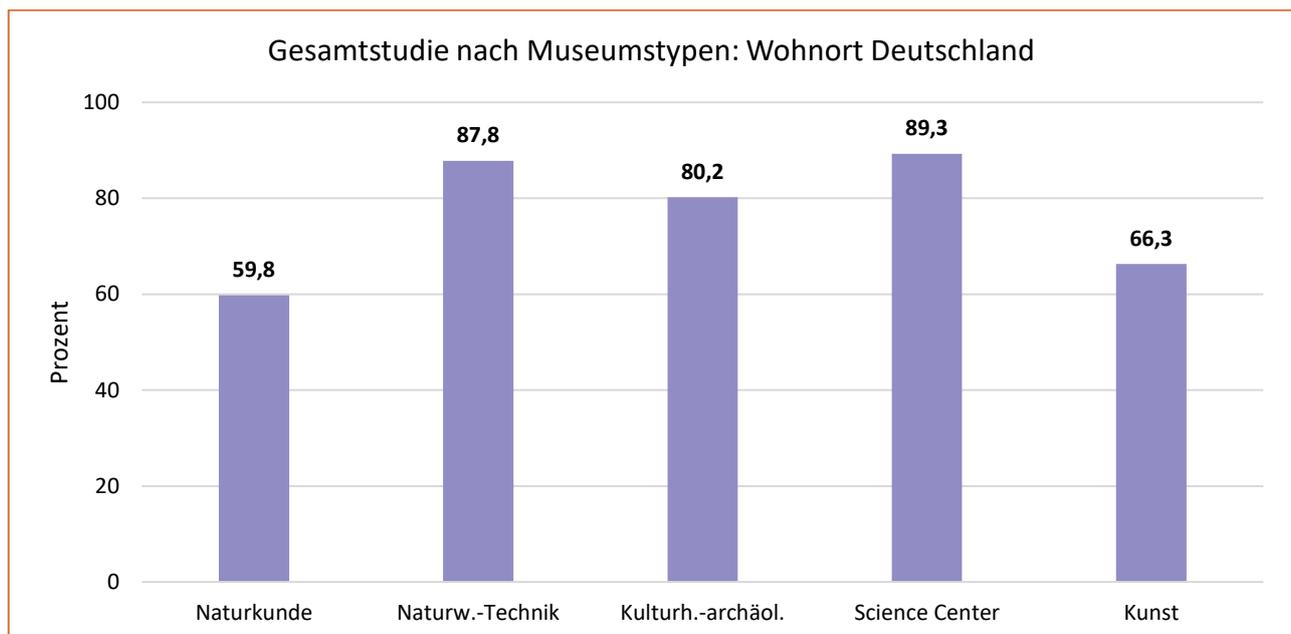


Abbildung 33: Wohnen Deutschland nach Museumstypen

### 3.3.2 Postleitzahl

Die Besucher\*innen, deren aktueller Wohnort in Deutschland liegt, wurden zusätzlich nach ihrer Postleitzahl befragt.

Tabelle 28

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	zipcode
Text:	Bitte geben Sie Ihre Postleitzahl an.
Kategorien:	Offen

Anhand der Postleitzahl wurde ermittelt, ob die in Deutschland wohnenden Besucher\*innen aus einem Umkreis von 20 km stammen (regionale bzw. ortsansässige Besucher\*innen) oder überregionale Besucher\*innen waren.

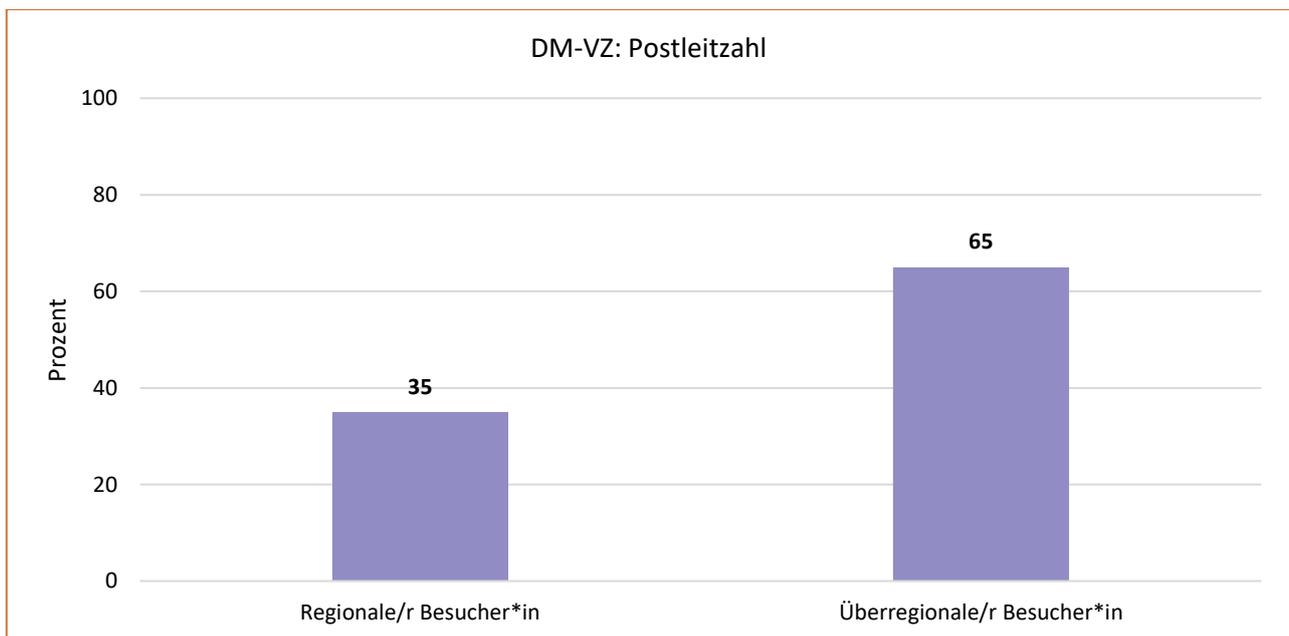


Abbildung 34: Bitte geben Sie Ihre Postleitzahl an (umgewandelt in regionale (≤ 20km) und überregionale (> 20km) Besucher\*innen) (N = 363)

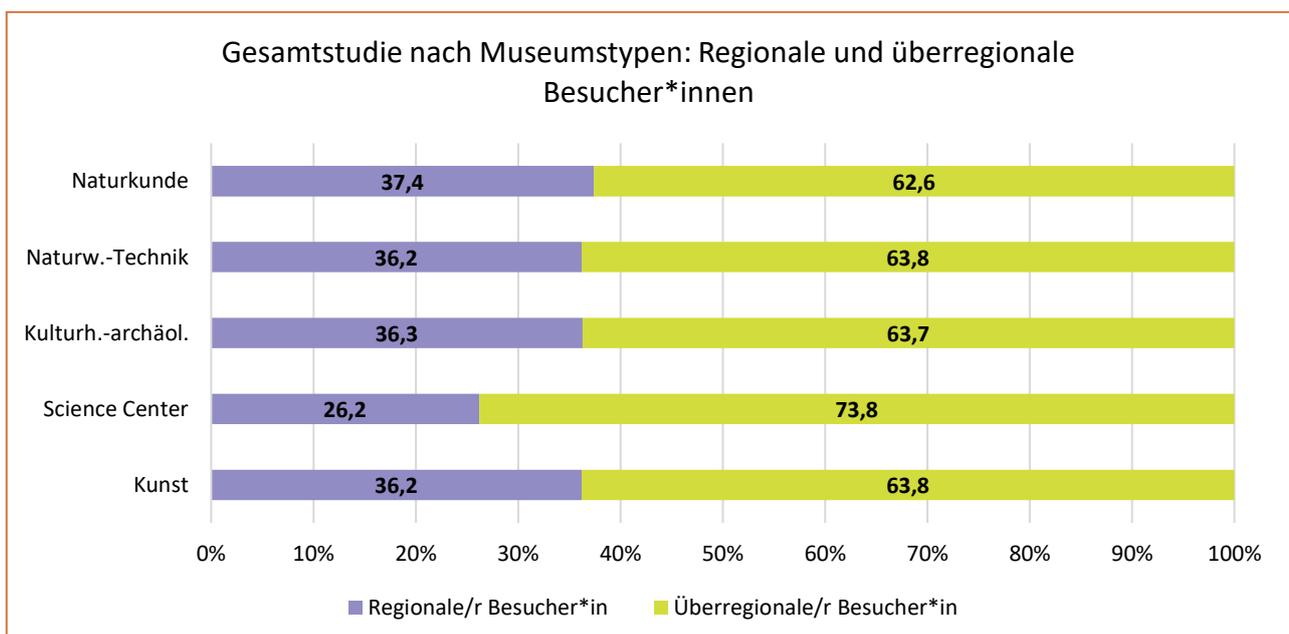


Abbildung 35: Anteil regionaler und überregionaler Besucher\*innen nach Museumstyp

### 3.3.3 Land

Die Besucher\*innen, deren aktueller Wohnort *nicht* in Deutschland liegt, wurden zusätzlich gefragt, in welchem Land sie wohnen. Anhand der Angaben wurde ermittelt, in welchem Land die Besucher\*innen wohnen.

Tabelle 29

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	countryliving
Text:	In welchem Land leben Sie?
Kategorien:	Offen

Tabelle 30: Wohnland (N = 155)

Land	Häufigkeit in %
UK	18,1
USA	14,2
Italien	9
Österreich	8,4
Australien	7,1
Niederlande	5,8
Schweiz	5,8
Kanada	3,2
Finnland	2,6
Rumänien	2,6
Indien	1,9
Singapur	1,9
Ungarn	1,3
Irland	1,3
Israel	1,3
Kolumbien	1,3
Polen	1,3
Portugal	1,3
Spanien	1,3
Schweden	1,3
Chile	0,6
Frankreich	0,6
Hongkong	0,6
Japan	0,6
Litauen	0,6
Malaysia	0,6
Malta	0,6
Mexiko	0,6
Slowenien	0,6
Thailand	0,6
Tschechien	0,6
Türkei	0,6
Ukraine	0,6
Uruguay	0,6

### 3.4 Geburtsort

Neben Wohnort wird auch nach dem Geburtsort gefragt. Die Frage „Sind Sie in Deutschland geboren?“ (ja/nein) wird bei der Antwort „Nein“ gefolgt von der offenen Frage „In welchem Land wurden Sie geboren?“. Diese Frage gibt einen Einblick in den Migrationshintergrund der Besucher\*innen.

### 3.4.1 Geburtsort Deutschland

Der Geburtsort der Besucher\*innen wurde mit einer geschlossenen ja/nein-Frage ermittelt.

Tabelle 31

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	countrybirth
Text:	Sind Sie in Deutschland geboren?
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nein

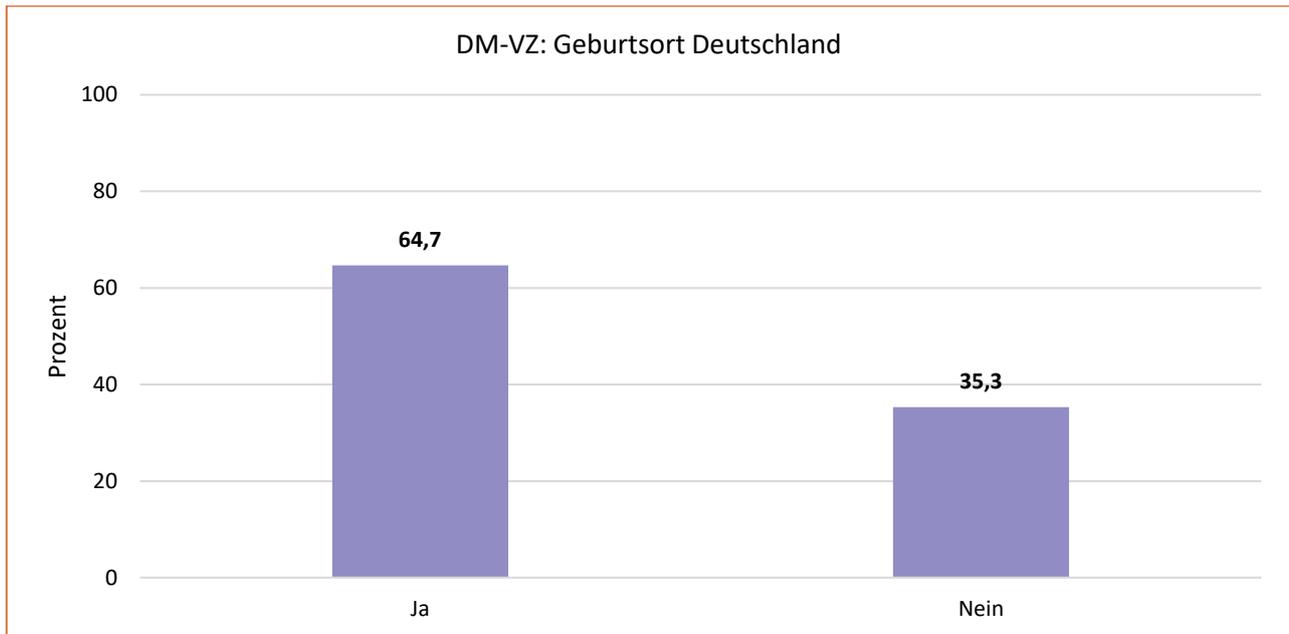


Abbildung 36: Sind Sie in Deutschland geboren? (N = 575)

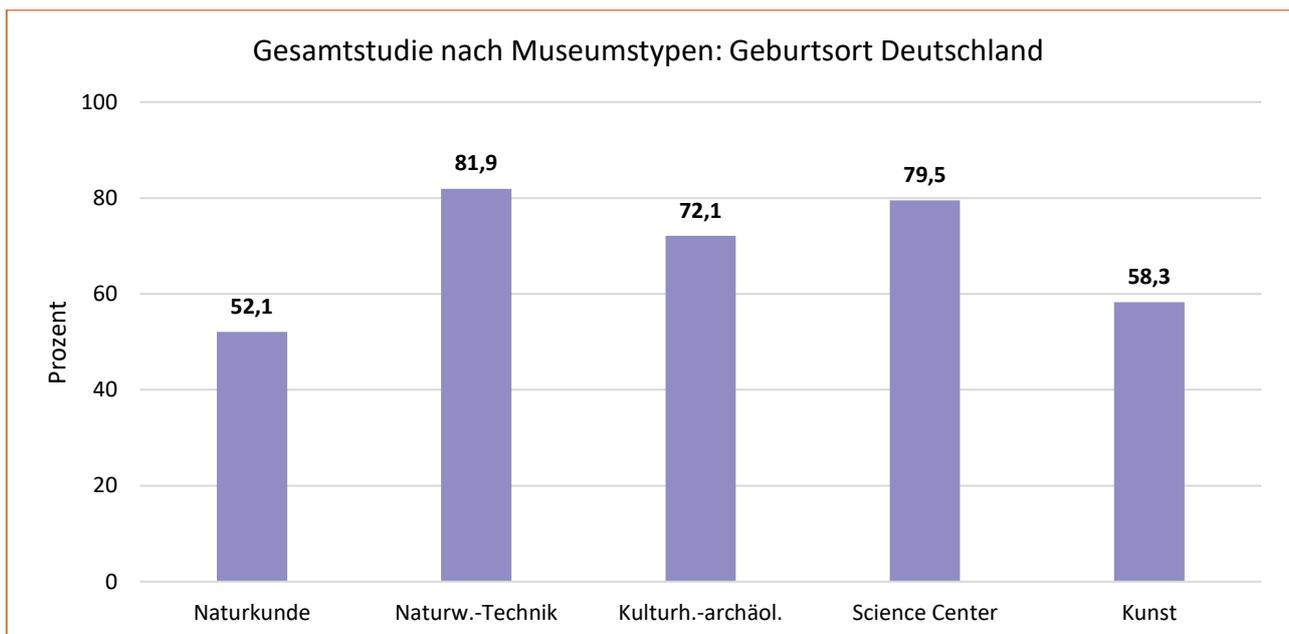


Abbildung 37: Anteil an Besucher\*innen mit Geburtsort Deutschland nach Museumstypen

### 3.4.2 Geburtsland

Das Geburtsland der Besucher\*innen, die angaben, dass sie nicht in Deutschland geboren sind, wurde mit einer offenen Frage ermittelt. Anhand der Antworten wurde ermittelt, in welchem Land die Besucher\*innen geboren wurden.

Tabelle 32

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	countrybirthother
Text:	In welchem Land wurden Sie geboren?
Kategorien:	Offen

Tabelle 33: Geburtsland (N = 178)

Land	Häufigkeit in %
UK	13,5
USA	11,8
Österreich	7,3
Italien	6,2
Schweiz	6,2
Australien	5,6
Rumänien	3,9
Ukraine	3,9
China	2,8
Niederlande	2,8
Kanada	2,2
Indien	2,2
Russland	2,2
Bosnien	1,7
Chile	1,7
Kolumbien	1,7
Polen	1,7
Armenien	1,1
Weißrussland	1,1
Brasilien	1,1
Frankreich	1,1
Irland	1,1
Luxemburg	1,1
Singapur	1,1
Slowenien	1,1
Spanien	1,1
Südkorea	1,1
Belgien	0,6
Zypern	0,6
Tschechien	0,6
Finnland	0,6
Georgien	0,6
Ungarn	0,6
Israel	0,6
Japan	0,6
Kirgistan	0,6
Kroatien	0,6
Libanon	0,6
Litauen	0,6
Malaysia	0,6
Mexiko	0,6
Neuseeland	0,6
Schweden	0,6

Tunesien	0,6
Uruguay	0,6
Vereinigte Arabische Emirate	0,6
Vietnam	0,6

### 3.5 Ausbildung

Als weitere Dimension zur soziodemographischen Charakterisierung wurde die Ausbildung der Besucher\*innen erhoben. Die Besucher\*innen wurden hinsichtlich ihres höchsten Schulabschlusses (nur eine Antwort möglich) und ihrer Berufsabschlüsse (mehrere Antworten möglich) befragt. Die Fragen kommen in derselben Form in den großen Studien PISA und NEPS vor.

#### 3.5.1 Schulabschluss

In der vorliegenden Studie wurde der höchste erlangte Schulabschluss der Besucher\*innen anhand einer geschlossenen Frage erfasst. Zur besseren Einordnung der Ergebnisse: Aktuell besitzen in Deutschland im Durchschnitt knapp 37% der Menschen über 15 Jahren den höchsten Schulabschluss (Hochschulreife/Fachhochschulreife/Abitur) (Statistisches Bundesamt, 2024).

Tabelle 34

Quelle:	Internationaler Elternfragebogen PISA 2006 (nationale Ergänzung) Frey, A., Taskinen, P., Schütte, K., Prenzel, M., Artelt, C., Baumert, J., Blum, W., Hammann, M., Klieme, E. & Pekrun, R. (Hrsg). PISA `06. PISA 2006 Skalenhandbuch. Dokumentation der Erhebungsinstrumente. → umformuliert und umsortiert
Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	school
Text:	Was ist Ihr höchster Schulabschluss (oder ein vergleichbarer Schulabschluss, der im Ausland erworben wurde)?
Kategorien:	1 = Keine Schule besucht 2 = Ohne Abschluss von der Schule abgegangen 3 = Abschluss einer Sonderschule/Förderschule 4 = Abschluss der Polytechnischen Oberschule nach der 8. Klasse 5 = Hauptschulabschluss/Volksschulabschluss 6 = Mittlere Reife/Realschulabschluss/Abschluss der Polytechnischen Oberschule nach der 10. Klasse 7 = Hochschulreife/Fachhochschulreife/Abitur

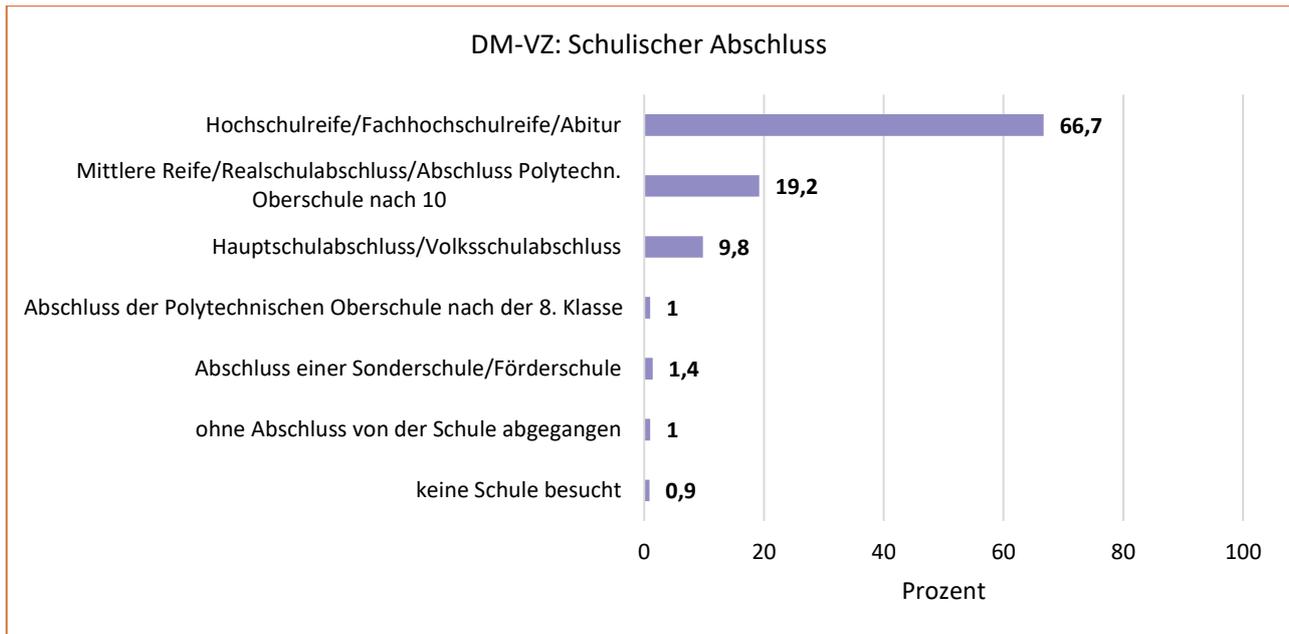


Abbildung 38: Was ist Ihr höchster Schulabschluss (oder ein vergleichbarer Schulabschluss, der im Ausland erworben wurde)?  
(N = 574)

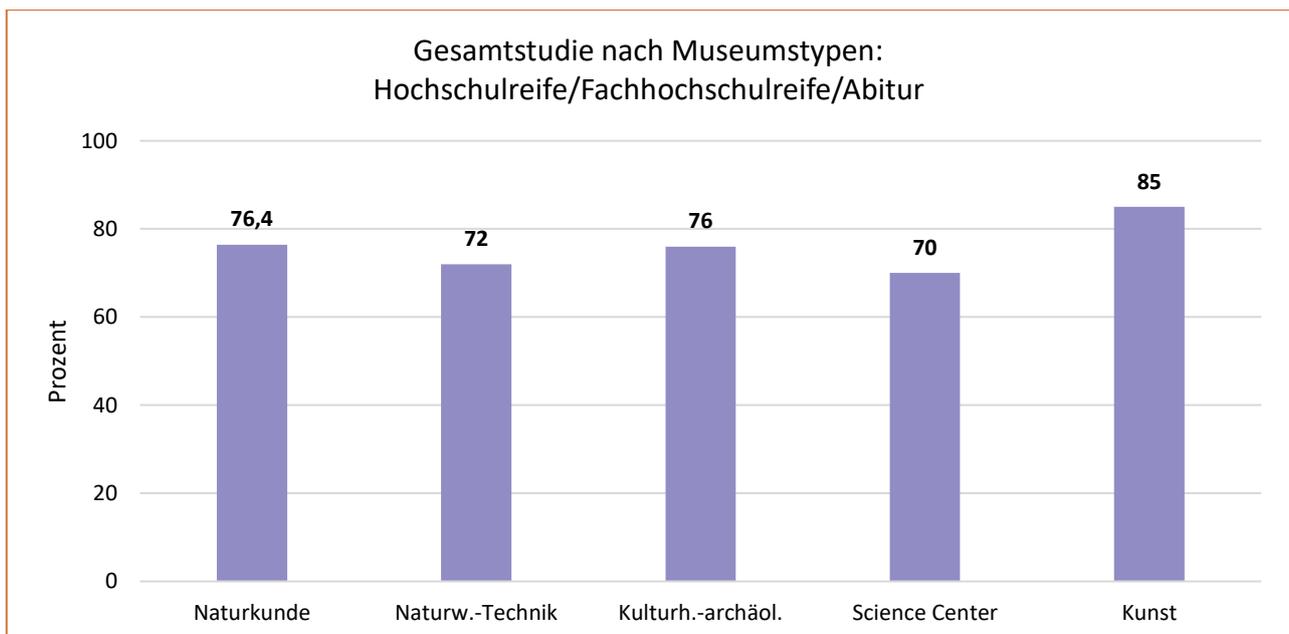


Abbildung 39: Anteil an Besucher\*innen mit Hochschulreife/Fachhochschulreife/Abitur nach Museumstypen

### 3.5.2 Beruflicher Abschluss

Im Fragebogen wurde der berufliche Abschluss der Besucher\*innen über sechs Qualifikationen erfasst. Die befragten Personen gaben für jede Qualifikation an, ob sie über diese verfügen oder nicht.

Tabelle 35

Quelle:	Internationaler Elternfragebogen PISA 2006 (nationale Ergänzung) Frey, A., Taskinen, P., Schütte, K., Prenzel, M., Artelt, C., Baumert, J., Blum, W., Hammann, M., Klieme, E. & Pekrun, R. (Hrsg.). PISA '06. PISA 2006 Skalenhandbuch. Dokumentation der Erhebungsinstrumente. → leicht umformuliert und umsortiert
Anzahl der Variablen	6

Text:	Haben Sie eine der folgenden Qualifikationen (oder eine vergleichbare Qualifikation, die im Ausland erworben wurde)?	
Variablen:	qualification1	Abgeschlossene Lehre/Abschluss an einer Handelsschule
	qualification2	Abschluss an einer Fachoberschule/ Berufsschule/Berufsfachschule/ Berufsoberschule/Technischen Oberschule
	qualification3	Abschluss einer Fachschule/Meister- oder Technikerschule/einer Schule des Gesundheitswesens, Abschluss an einer Berufsakademie/ Fachakademie
	qualification4	Fachhochschulabschluss/Diplom (FH)
	qualification5	Hochschulabschluss (Magister/Diplom/Staatsexamen/Bachelor/Master)
	qualification6	Promotion (Doktorprüfung)
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nicht gewählt	

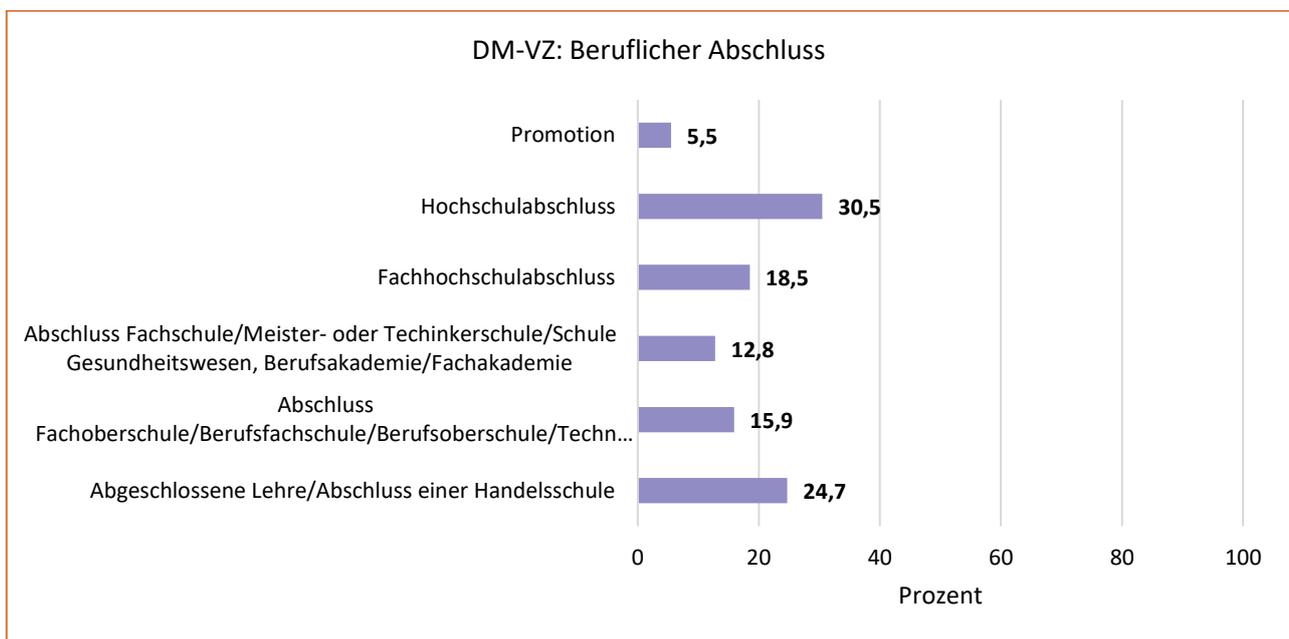


Abbildung 40: Haben Sie eine der folgenden Qualifikationen (oder eine vergleichbare Qualifikation, die im Ausland erworben wurde)? (N = 596)

### 3.6 Kulturelles Kapital

In Anlehnung an Bourdieu (1983) Begriff des kulturellen Kapitals gilt der heimische Buchbestand nach wie vor als guter Indikator für die Erfassung des sozioökonomischen Status einer Person, der wiederum einen Einfluss auf den Bildungserfolg einer Person hat. Die „Bücheraufgabe“ wird daher in vielen internationalen und nationalen Leistungsstudien eingesetzt. Im Vergleich zur Besucher\*innenstrukturanalyse 2018/19 wurde in der Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/2023 auch E-Books in die Frage integriert. Die Besucher\*innen wurden gebeten einzuschätzen, wie viele Bücher bzw. E-Books sie zu Hause haben bzw. in ihrem Haushalt. Es konnte aus fünf verschiedenen Antwortmöglichkeiten gewählt werden.

Tabelle 36

Quelle:	Internationaler Elternfragebogen PISA 2009 Hertel, S., Hochweber, J., Mildner, D., Steinert, B. & Jude, N. (2014). PISA 2009 Skalenhandbuch. Münster: Waxmann.  Linkingstudie NEPS (E-Book-Frage)  → zusammengeführt und gekürzt
Anzahl der Variablen:	2
Name der Variablen:	ccbook, ccebook
Text:	Wie viele Bücher gibt es bei Ihnen zu Hause ungefähr? Als Hilfestellung: auf einen Meter Regalbrett passen ungefähr 40 Bücher. Viele Bücher sind ja auch in elektronischer Form als E-Books. Wie viele E-Books sind insgesamt bei Ihnen zu Hause auf allen Geräten zusammen? Bitte zählen Sie nicht mit: Zeitungen, Zeitschriften, einzelne Buchkapitel, ausgeliehene oder gestreamte E-Books.
Kategorien:	1 = 0 bis 25 2 = 26 bis 100 3 = 101 bis 200 4 = 201 bis 500 5 = Mehr als 500

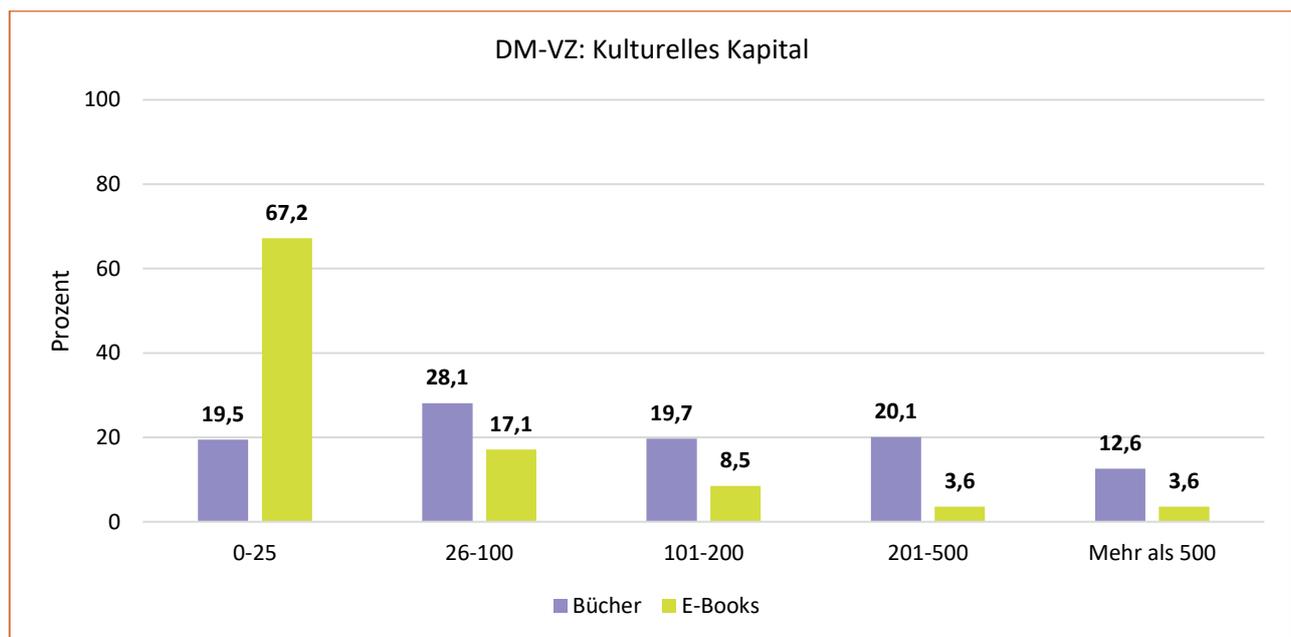


Abbildung 41: Wie viele Bücher gibt es bei Ihnen zu Hause ungefähr? Als Hilfestellung: auf einen Meter Regalbrett passen ungefähr 40 Bücher. Viele Bücher sind ja auch in elektronischer Form als E-Books. Wie viele E-Books sind insgesamt bei Ihnen zu Hause auf allen Geräten zusammen? Bitte zählen Sie nicht mit: Zeitungen, Zeitschriften, einzelne Buchkapitel, ausgeliehene oder gestreamte E-Books. ( $N_{\text{Bücher}} = 573$ ;  $N_{\text{E-Books}} = 503$ )

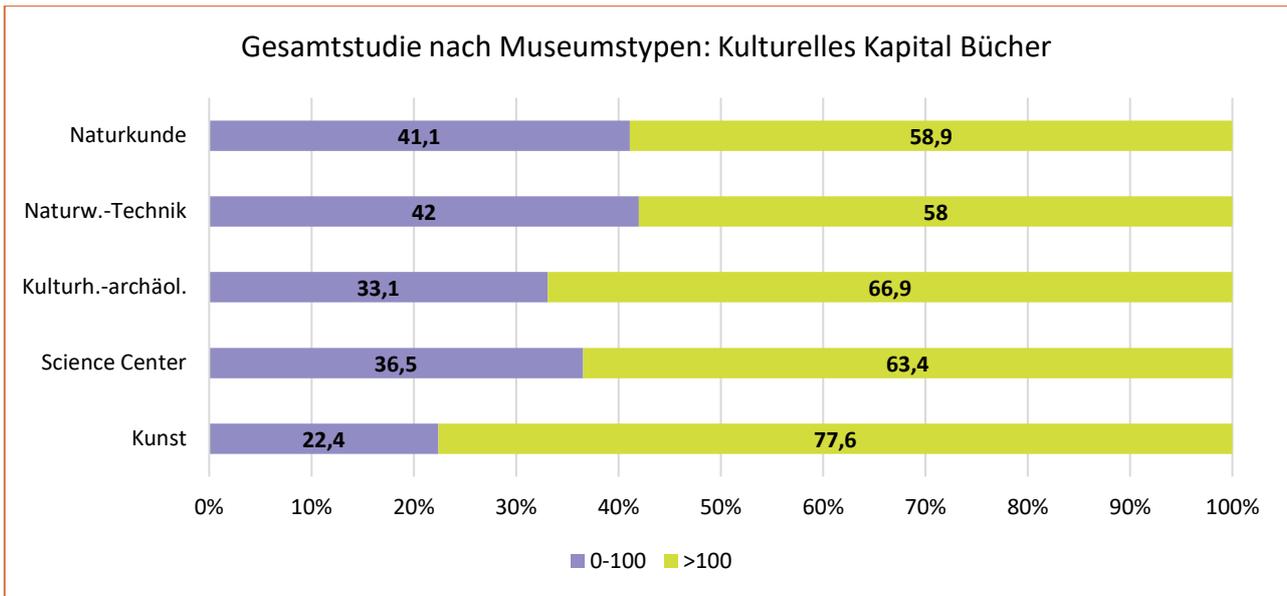


Abbildung 42: Anteil mit Besucher\*innen mit 0-100 und mit > 100 Büchern nach Museumstypen

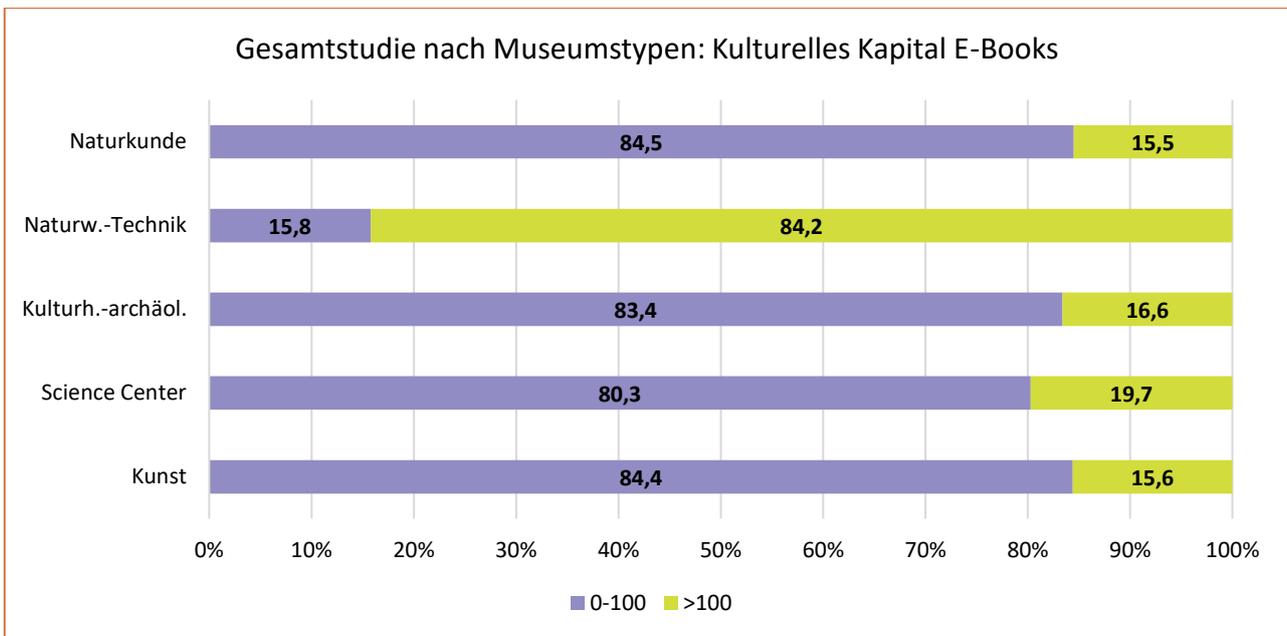


Abbildung 43: Anteil Besucher\*innen mit 0-100 und mit >100 E-Books nach Museumstypen

### 3.7 Einschränkungen

Anhand einer geschlossenen Frage wurde erfasst, ob die Besucher\*innen eine permanente oder vorübergehende Einschränkung besitzen, die über eine Brille oder ein Hörgerät hinausgeht. Obwohl viele Museen und Science Center sehr aktiv sind, was Inklusionsaktivitäten betrifft, gibt es bisher praktisch keine Daten zum Umfang von Museumbesucher\*innen mit Einschränkungen. Diese Daten sind allerdings wichtig, um auf diese besonderen Personengruppen spezieller eingehen zu können. Bei der Interpretation der Daten ist zu bedenken, dass die Befragungen im Museum/Science Center tabletbasiert stattgefunden haben. Personen mit starker Sehschwäche könnten die Teilnahme daher abgelehnt haben. Ebenso gab es keinen Fragebogen in leichter Sprache, sodass Personen mit kognitiven Einschränkungen potenziell geringer vertreten sein könnten. Insgesamt unterschätzt die gezeigte Lage die tatsächliche Situation daher vermutlich.

Tabelle 37

Anzahl der Variablen	8	
Text:	Haben Sie eine permanente oder vorübergehende Einschränkung, die über eine Brille bzw. Hörgerät hinausgeht (z.B. in Bezug auf die Mobilität oder das Lernen)?	
Variablen:	disability1	Keine Einschränkung
	disability2	Mobilität (Bewegung)
	disability3	Sehen
	disability4	Hören
	disability5	Lernen
	disability6	Kognitiv/Denken
	disability7	Sonstiges:
	disability8	Möchte ich nicht angeben
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nicht gewählt	

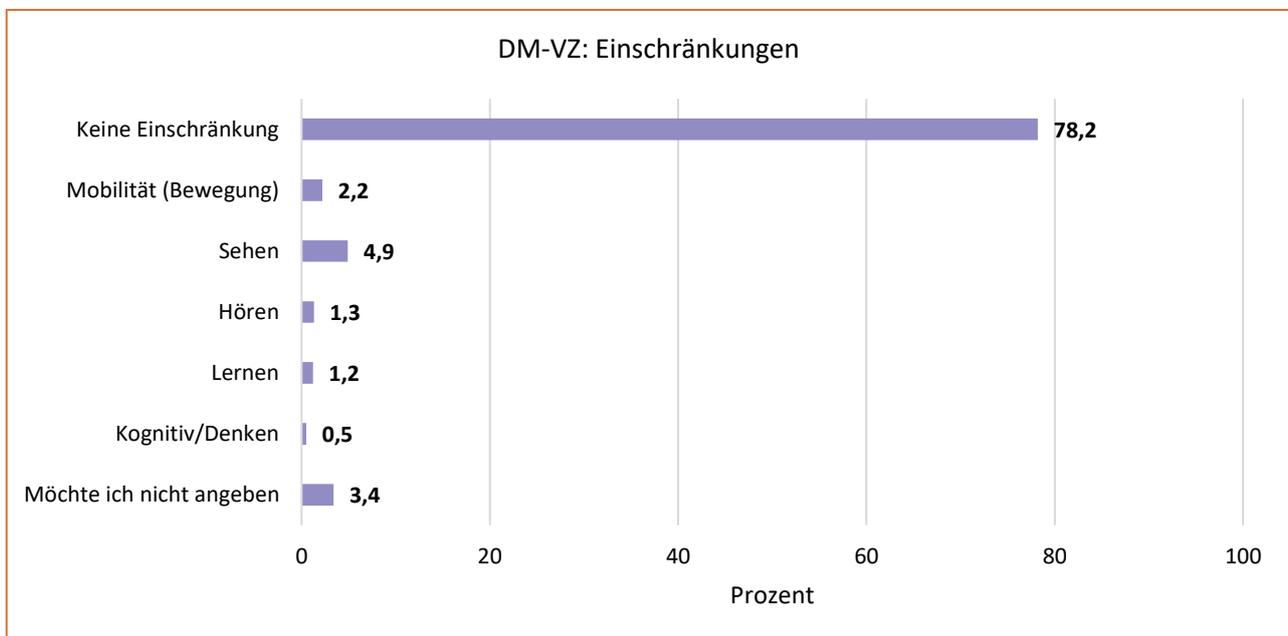


Abbildung 44: Haben Sie eine permanente oder vorübergehende Einschränkung, die über eine Brille bzw. Hörgerät hinausgeht (z.B. in Bezug auf die Mobilität oder das Lernen)? (N = 596)

### 3.8 Begleitsituation

Theoretische Erkenntnisse und empirische Befunde lassen erkennen, dass Lernen im Museum in hohem Maße von sozialen Merkmalen geprägt ist. Aus diesem Grund ist es notwendig, die soziokulturellen Perspektiven zu berücksichtigen, wenn es darum geht, ob und wie das Lernen von Besucher\*innen im Museum bzw. Science Center gefördert werden kann (Allen, 2002; Crowley & Callanan, 1998; Ellenbogen, Luke, & Dierking, 2004; Falk & Dierking, 2000). Zudem zeigen Befunde, dass es Unterschiede im Verhalten von Besuchern\*innen in Abhängigkeit der Begleitsituation gibt (Bitgood, Kitazawa, Cavender, & Nettles, 1993). Für außerschulische Lernorte wie Museen und Science Center ist es vor diesem Hintergrund von Interesse zu wissen, ob ihre Besucher\*innen in Begleitung oder alleine kommen.

### 3.8.1 Einzelbesucher\*in

Die Besucher\*innen wurden gefragt, ob sie das Museum/Science Center zum Zeitpunkt der Befragung alleine besucht haben.

Tabelle 38

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	visitsituation
Text:	Besuchen Sie heute alleine das Museum/Science Center?
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nein

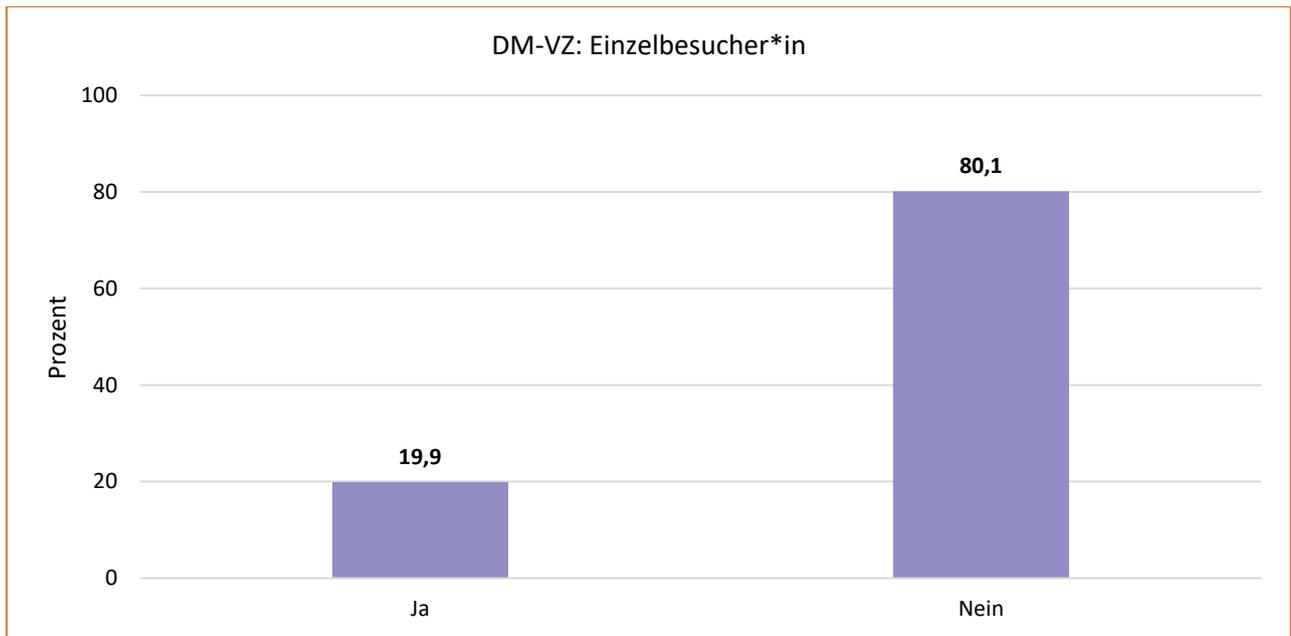


Abbildung 45: Besuchen Sie heute alleine das Museum/Science Center? (N = 572)

### 3.8.2 Anzahl Begleitung Kinder, Jugendliche & Erwachsene

Die Besucher\*innen, die angaben, dass sie das Museum/Science Center zum Zeitpunkt der Befragung nicht alleine besucht haben, bekamen die Frage, mit wie vielen Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen sie das Museum/Science Center besuchen.

Tabelle 39

Anzahl der Variablen:	1	
Text:	Mit wie vielen Erwachsenen, Kindern und Jugendlichen besuchen Sie heute zusammen das Museum/Science Center? (Zählen Sie sich bitte nicht mit.)	
Variablen:	visitkid	Kind/er (0 – 10 Jahre)
	visityouth	Jugendliche/r (11-17 Jahre)
	visitadult	Erwachsene/r (18 Jahre oder älter)
Kategorien:	0 = 0 1 = 1 2 = 2 3 = 3 4 = 4 5 = 5 oder mehr	

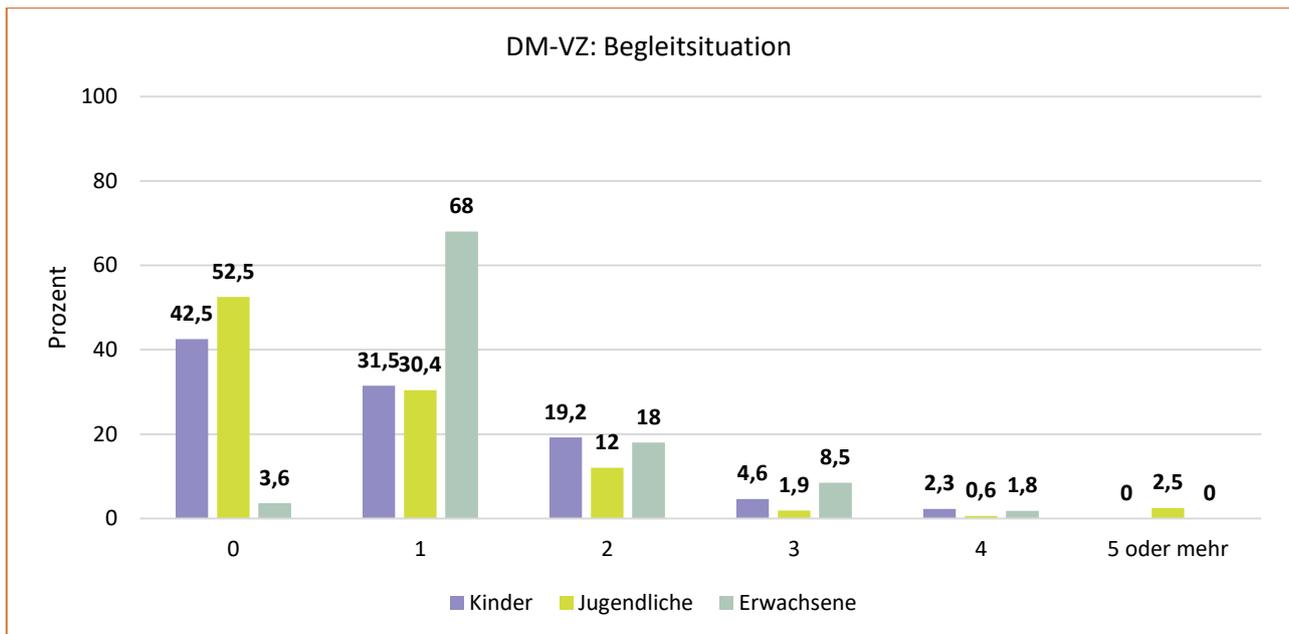


Abbildung 46: Mit wie vielen Erwachsenen, Kindern und Jugendlichen besuchen Sie heute zusammen das Museum/Science Center?  
( $N_{\text{Personen Begleitung Kinder}} = 219$ ;  $N_{\text{Personen Begleitung Jugendliche}} = 158$ ;  $N_{\text{Personen Begleitung Erwachsene}} = 388$ )

### 3.8.3 Begleitung

Um aussagekräftige Ergebnisse zu erhalten, wurden die zwei Fragen zur Begleitsituation („Besuchen Sie heute alleine das Museum/Science Center?“ und „Mit wie vielen Erwachsenen, Kindern und Jugendlichen besuchen Sie heute zusammen das Museum/Science Center? (Zählen Sie sich bitte nicht mit.)“) miteinander kombiniert. Im Gegensatz zur Auswertung hinsichtlich der Anzahl von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen (3.8.2), bei der eine Person mehreren Gruppen zugerechnet wurde, wird durch die Kombination der beiden Begleitsituationsfragen genau ermittelt, welcher der folgenden Gruppen eine Besucherin bzw. ein Besucher angehört:

- a) Personen, die alleine im Museum sind
- b) Personen, die mit Kind/ern und ggf. weiteren Erwachsenen im Museum sind
- c) Personen, die mit Jugendlicher/m/n und ggf. weiteren Erwachsenen im Museum sind
- d) Personen, die sowohl mit Kind/ern als auch mit Jugendlicher/m/n und ggf. mit weiteren Erwachsenen im Museum sind

Bei der Betrachtung der Ergebnisse sollte beachtet werden, dass durch die Kombination der Begleitsituationsfragen eine andere Gesamtstichprobengröße entsteht und sich die Werte deshalb von den Werten in den Abbildungen 45 und 46 unterscheiden können.

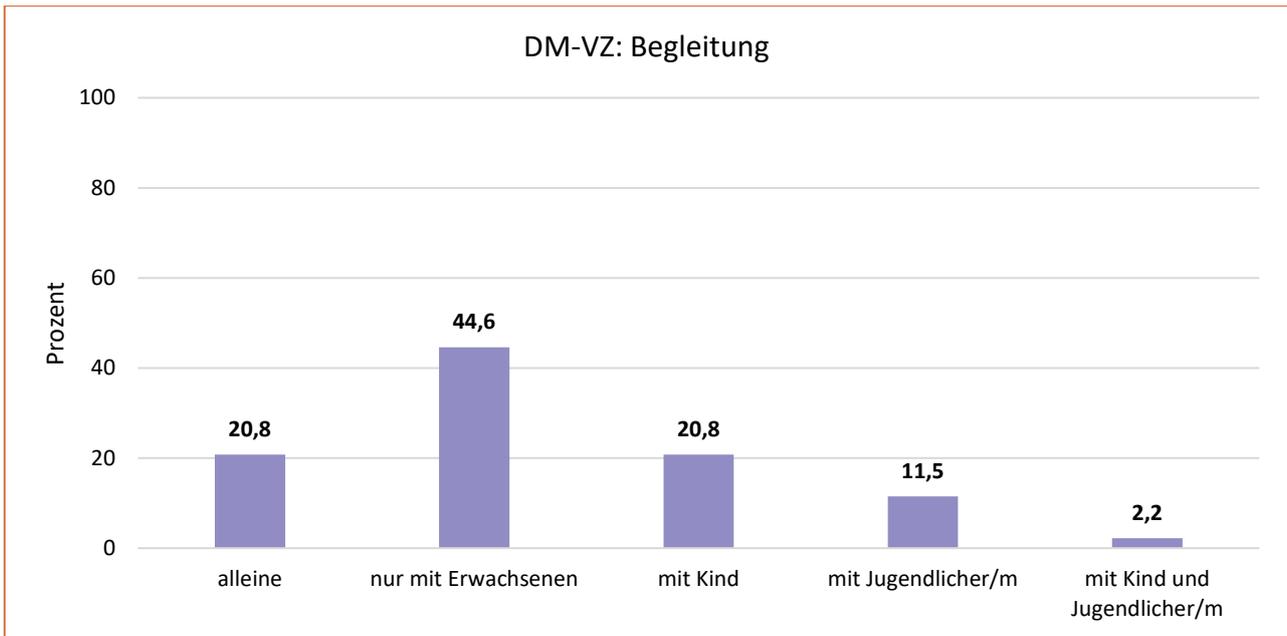


Abbildung 47: Kombination der Begleitsituationsfragen ( $N_{alleine} = 114$ ;  $N_{nur\ mit\ Erwachsenen} = 244$ ;  $N_{mit\ Kind} = 114$ ,  $N_{mit\ Jugendlicher/m} = 63$ ,  $N_{mit\ Kind\ und\ Jugendlicher/m} = 12$ ,  $N_{Gesamt} = 547$ )

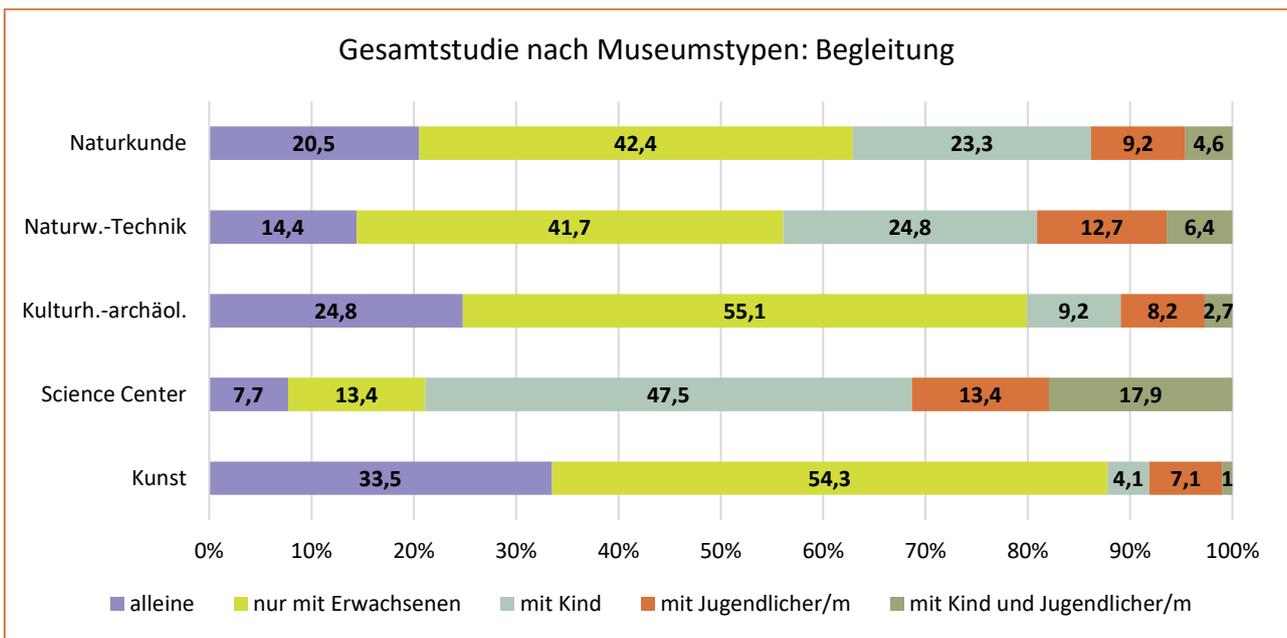


Abbildung 48: Kombination der Begleitsituationsfragen nach Museumstypen

### 3.8.4 Beantwortung Begleitung

Um feststellen zu können, ob mehrere Personen aus einer Besucher\*innengruppe den Fragebogen ausgefüllt haben, wurde eine geschlossene Frage aufgenommen.

Tabelle 40

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	otherquest
Text:	Hat jemand aus Ihrer Begleitung ebenfalls den Fragebogen beantwortet bzw. beantwortet ihn gerade? Wenn ja, wie viele Personen?

Kategorien:	0 = Niemand anderes 1 = 1 Person 2 = 2 Personen 3 = 3 oder mehr Personen
-------------	---

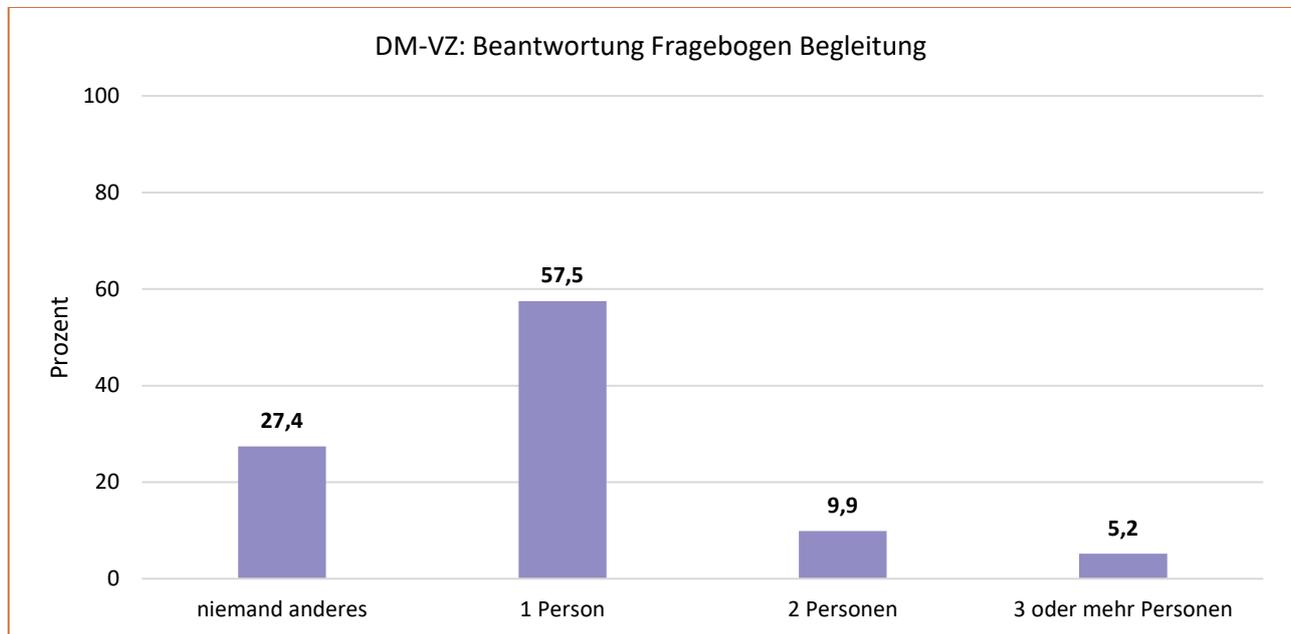


Abbildung 49: Hat jemand aus Ihrer Begleitung ebenfalls den Fragebogen beantwortet bzw. beantwortet ihn gerade? Wenn ja, wie viele Personen? (N = 445)

## 4 Pädagogisch-Psychologische Faktoren

Personen unterscheiden sich nicht nur anhand demographischer, ökonomischer oder kultureller Merkmale oder in Bezug auf ihren Museums- bzw. Science Center-Besuch. Vielmehr zeichnen sie sich durch ihre unterschiedlichen Überzeugungen, Einstellungen, Bedürfnisse, Wertschätzungen und Gefühle auf. Sie weisen unterschiedliche Ausprägungen von psychologischen Merkmalen aus, die die Persönlichkeit eines Menschen ausmachen.

### 4.1 Serendipity

In Museen und Science Centern besteht die Möglichkeit, dass die Besucher\*innen ungeplant neue positive bzw. interessante Informationen, Themen oder Exponate entdecken, also auf Informationen und Ideen stoßen, nach denen sie nicht gesucht haben (Erdelez, 1999). Theoretische Erkenntnisse und empirische Befunde weisen darauf hin, dass dieser Serendipity-Effekt eine wesentliche Rolle dabei spielt, wie Personen in unterschiedlichsten Bereichen entdecken, forschen und lernen (Björneborn, 2017). Zudem trägt der Effekt dazu bei, äußerst lebendige, langanhaltende Erinnerungen im Gedächtnis einer Person zu schaffen (Talarico & Rubin, 2003; Wei, Zhao, Zhang & Huang, 2019). Ob die Besucher\*innen unerwartet bzw. zufällig im Museum/Science Center auf Dinge gestoßen sind, wird durch drei Items erhoben. Diese werden anhand einer 5-stufigen Likert-Skala von 1 (= trifft überhaupt nicht zu) bis 5 (= trifft voll und ganz zu) beantwortet.

Tabelle 41

Anzahl der Variablen:	2	
Text:	In Museen und Science Centern stößt man manchmal zufällig und unerwartet auf Dinge, die man eigentlich nicht gesucht oder erwartet hat. Ist Ihnen das heute auch schon passiert?	
Variablen:	serendipity1	Ich bin im Museum/Science Center zufällig und unerwartet auf Exponate/Objekte gestoßen, die mich positiv überrascht haben.
	serendipity2	Ich habe im Museum/Science Center zufällig und unerwartet Aktivitäten gemacht, die mich positiv überrascht haben.
Kategorien:	1 = trifft überhaupt nicht zu 2 = trifft eher nicht zu 3 = teils/teils 4 = trifft eher zu 5 = trifft voll und ganz zu	

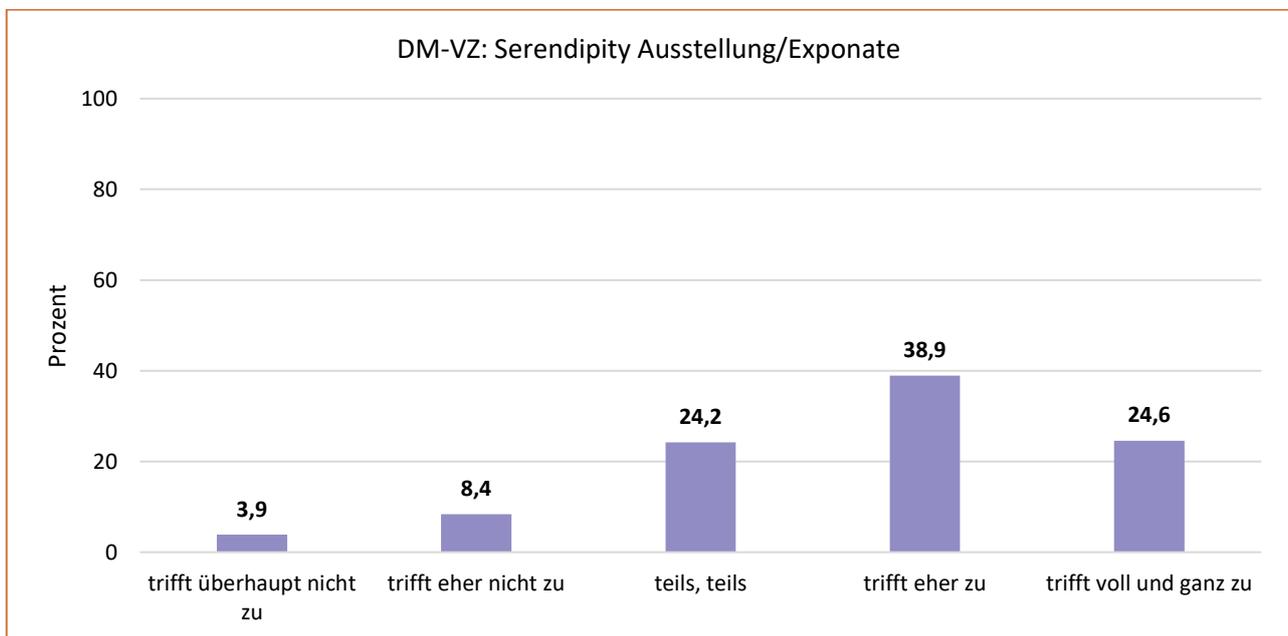


Abbildung 50: Ich bin im Museum/Science Center zufällig und unerwartet auf Exponate/Objekte gestoßen, die mich positiv überrascht haben. (N = 586)

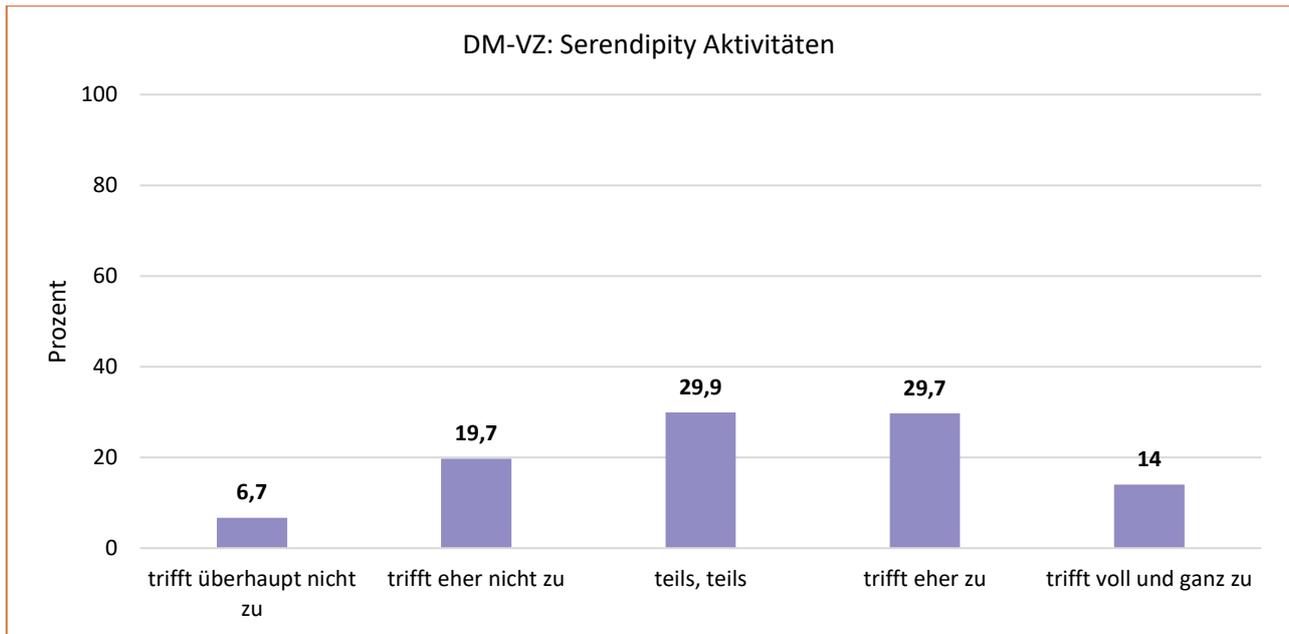


Abbildung 51: Ich habe im Museum/Science Center zufällig und unerwartet Aktivitäten gemacht, die mich positiv überrascht haben. (N = 579)

## 4.2 Besuchsmotivation

Um besuchsortorientiert arbeiten zu können, ist es von besonderer Bedeutung für Museen und Science Center zu wissen, was die Besucher\*innen hoffen im Museum/Science Center zu finden oder zu erleben (vgl. Falk, 2009; Phelan, Bauer & Lewalter, 2017). Die motivationalen Hintergründe des Museumsbesuchs wurden anhand von 17 Fragen erfasst. Die Besucher\*innen schätzen jeweils ein, wie sehr die einzelnen Aussagen auf sie persönlich zutreffen.

Die 17 Items zur Erfassung der Besuchsmotivation können zu insgesamt sechs Subskalen zusammengefasst werden (Phelan, Bauen & Lewalter, 2017): 1) Lernen/Interessen verfolgen (LI), 2) Entspannung und Erholung (EE), 3) Gemeinsames Lernen (GL), 4) Gemeinsame Freizeitaktivität (GF), 5) Soziale Kontakte knüpfen (SK) und 6) Popularität des Ortes (PO).

Tabelle 42

Quelle:	Phelan, S., Bauer, J. & Lewalter, D. (2017). Visit motivations: development a short scale for comparison across sites. <i>Museum Management and Curatorship</i> . DOI: 10.1080/09647775.2017.1389617 → Antwortoptionen verändert	
Anzahl der Variablen:	17	
Text:	Ich bin heute in dieses Museum/Science Center gekommen, ...	
Variablen:	<b>Lernen und Interessen verfolgen (LI)</b>	
	vmotiv06	um meine Interessensgebiete zu vertiefen.
	vmotiv11	um mich zu informieren.
	vmotiv12	um etwas dazuzulernen.
	vmotiv15	um meinen Horizont zu erweitern.
	<b>Entspannung und Erholung (EE)</b>	
	vmotiv03	um mich zu entspannen.
	vmotiv08	um mich zu erholen.
	vmotiv16	um ein wenig abzuschalten.
	<b>Gemeinsames Lernen (GL)</b>	

	vmotiv04	weil meine Familie/Freunde hier Dinge lernen, die sie woanders nicht lernen können.
	vmotiv17	weil ich gerne mein(e) Kind(er)/meine Begleitperson(en) beim Lernen unterstütze.
	<b>Gemeinsame Freizeitaktivität (GF)</b>	
	vmotiv02	um eine schöne Zeit zu verbringen.
	vmotiv05	um zusammen etwas Schönes zu machen.
	vmotiv13	um etwas mit meiner Begleitung zu unternehmen.
	<b>Soziale Kontakte knüpfen (SK)</b>	
	vmotiv09	damit ich neue Leute kennenlerne.
	vmotiv10	um Kontakte zu knüpfen.
	<b>Popularität des Ortes (PO)</b>	
	vmotiv01	weil man da gewesen sein muss.
	vmotiv07	weil dieses Museum/Science Center eine Sehenswürdigkeit ist.
	vmotiv14	weil ich gehört habe, dass dies ein tolles Museum/Science Center ist.
Kategorien:	1 = trifft überhaupt nicht zu 2 = 3 = 4 = 5 = trifft voll und ganz zu	

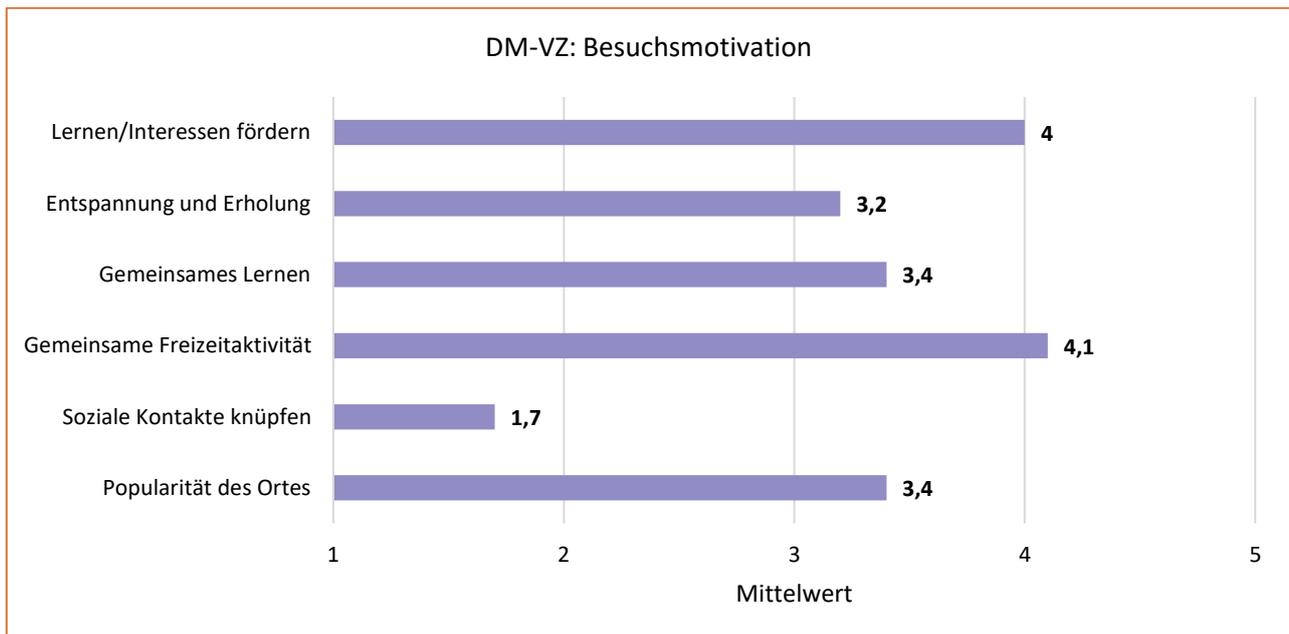


Abbildung 52: Ich bin heute in dieses Museum/Science Center gekommen, ... (N = 582)

### 4.3 Big Five und Offenheit für Erfahrungen

Theoretische Erkenntnisse und empirische Befunde zeigen, dass die Persönlichkeit einer Person bedeutenden Einfluss auf individuelle wie gesellschaftliche Prozesse und Phänomene hat. Anhand des Fünf-Faktoren-Modells (Big Five) kann die Gesamtpersönlichkeit einer Person beschrieben werden. Hierzu werden fünf Faktoren (Extraversion, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit, Neurotizismus und Offenheit für Erfahrungen) herangezogen. Die Besucher\*innen schätzten auf einer Skala von 1 (= stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (= stimme voll und ganz zu) für 29 Aussagen ein, wie sehr diese auf sie persönlich zutreffen. Untersuchungen konnten zudem zeigen, dass besonders das Persönlichkeitsmerkmal „Offenheit für Erfahrungen“ für die Teilhabe an kulturellen Aktivitäten wie dem Besuch von Museen von Bedeutung ist. Aus diesem Grund enthält die Skala zusätzlich „Offenheits-Items“, um dieses Merkmal genauer erfassen zu können. Diese Items wurden bereits in der Besucher\*innenstrukturanalyse 2018/2019 eingesetzt, sodass eine Vergleichbarkeit möglich ist.

Tabelle 43

Quelle:	Rammstedt, B. & John, O.P. (2005). Kurzversion des Big Five Inventory (BFI-K): Entwicklung und Validierung eines ökonomischen Inventars zur Erfassung der fünf Faktoren der Persönlichkeit. <i>Diagnostica</i> , 51(4), 195-206.	
	Danner, D., Rammstedt, B., Bluemke, M., Treiber, L., Berres, S., Soto, C. & John, O. (2016). Die deutsche Version des Big Five Inventory 2 (BFI-2). <i>Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen</i> . doi:10.6102/zis247	
Anzahl der Variablen:	29	
Text:	Nachstehend finden Sie eine Reihe von Eigenschaften, die auf Sie zutreffen könnten. Würden Sie über sich, z.B. sagen, dass Sie gern Zeit mit anderen Menschen verbringen? Bitte geben Sie für jede der folgenden Aussagen an, inwieweit Sie zustimmen.	
	Ich ...	
Variablen:	<b>Extraversion</b>	
	extra1	Ich bin eher zurückhaltend, reserviert
	extra2	Ich bin begeisterungsfähig und kann andere leicht mitreißen
	extra3	Ich bin eher der „stille Typ“, wortkarg
	extra4	Ich gehe aus mir heraus, bin gesellig
	<b>Verträglichkeit</b>	
	agree1	Ich neige dazu, andere zu kritisieren
	agree2	Ich schenke anderen leicht Vertrauen, glaube an das Gute im Menschen
	agree3	Ich kann mich kalt und distanziert verhalten
	agree4	Ich kann mich schroff und abweisend anderen gegenüber verhalten
	<b>Gewissenhaftigkeit</b>	
	consc1	Ich erledige Aufgaben gründlich
	consc2	Ich bin bequem, neige zur Faulheit
	consc3	Ich bin tüchtig und arbeite flott
	consc4	Ich mache Pläne und führe sie auch durch
	<b>Neurotizismus</b>	
	neuro1	Ich werde leicht deprimiert, niedergeschlagen
	neuro2	Ich bin entspannt, lasse mich durch Stress nicht aus der Ruhe bringen
	neuro3	Ich mache mir viele Sorgen
	neuro4	Ich werde leicht nervös und unsicher
	<b>Offenheit für Erfahrungen</b>	
	open1	Ich bin nicht sonderlich kunstinteressiert
	open2	Ich bin vielseitig interessiert

	open3	Ich bin nicht sonderlich fantasievoll
	open4	Ich bin erfinderisch, mir fallen raffinierte Lösungen ein
	open5	Ich kann mich für Kunst, Musik und Literatur begeistern
	open6	Ich finde Gedichte und Theaterstücke langweilig
	open7	Ich meide philosophische Diskussionen
	open8	Ich bin nicht besonders einfallsreich
	open9	Mich interessieren abstrakte Überlegungen wenig
	open10	Ich weiß Kunst und Schönheit zu schätzen
	open11	Es macht mir Spaß, gründlich über komplexe Dinge nachzudenken und sie zu verstehen
	open12	Ich bin originell, entwickle neue Ideen
	open13	Ich bin tiefsinnig, denke gerne über Sachen nach
Kategorien:	1 = stimme überhaupt nicht zu 2 = stimme eher nicht zu 3 = teils, teils 4 = stimme eher zu 5 = stimme voll und ganz zu	

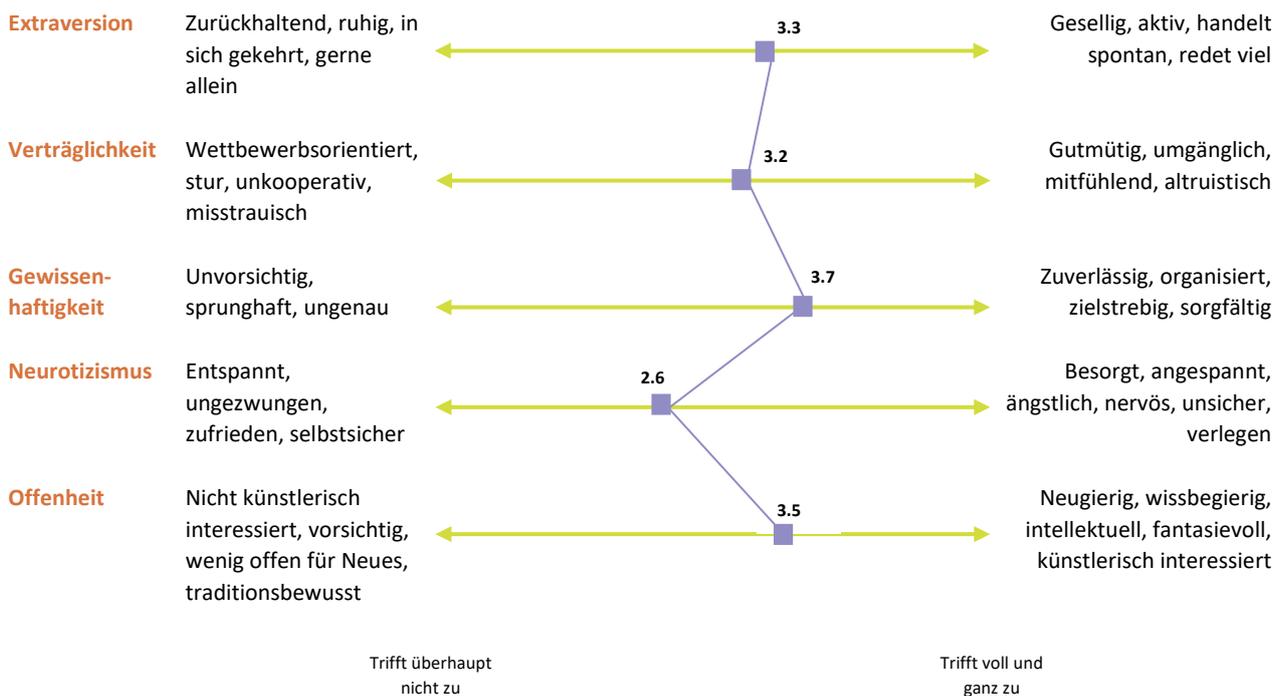


Abbildung 53: Deskriptive Ergebnisse der Big Five Persönlichkeitsmerkmale (N = 543)

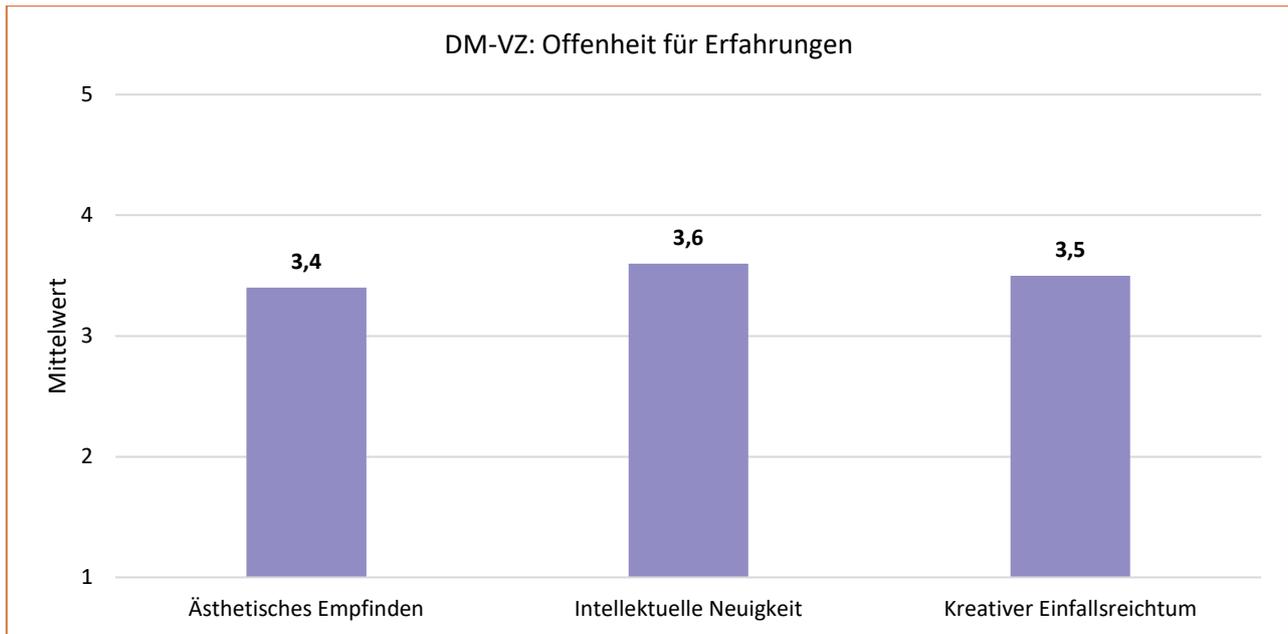


Abbildung 54: Nachstehend finden Sie eine Reihe von Eigenschaften, die auf Sie zutreffen könnten. Würden Sie über sich, z.B. sagen, dass Sie gern Zeit mit anderen Menschen verbringen? Bitte geben Sie für jede der folgenden Aussagen an, inwieweit Sie zustimmen. (N = 542)

## 5 Kommentar Museum-/Science Center-Befragungen

Die Besucher\*innen haben am Ende des Fragebogens die Möglichkeit, einen Kommentar zu hinterlassen. Es handelt sich um ein offenes Eingabefeld. Die Angaben der Studienteilnehmer\*innen für alle drei Erhebungszeiträume in Ihrem Museum/Science Center finden Sie im Anhang.

Tabelle 44

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	comment
Text:	Gibt es noch irgendwas, das Sie uns mitteilen möchten? Hier ist Platz dafür:
Kategorien:	Offen

Grob sortiert ergeben sich folgende Häufigkeiten. Dabei ist zu beachten, dass einzelne offene Angaben in mehreren Kategorien einsortiert sein können. Daraus ergibt sich eine höhere Anzahl an offenen Antworten (siehe Anhang).

Tabelle 45

Kategorie	Anzahl
Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre	2
Museum/Betrieb/Service/Café	4
Ausstellung/Wechselausstellung/Inhalt/Interaktion	7
Exponate	6
Medien/App/Mediaguide	0
Andere Angebote/Führung/Vortrag/Labor/Show	0
Lernen/Interesse	0
Fragebogen/Befragung	8
Sonstiges	34

## 6 Ausblick

Die in diesem Bericht zusammengefassten deskriptiven Befunde geben einen ersten Einblick in die Struktur der Besucher\*innen. Es lassen sich jedoch auf Basis der vorliegenden Daten eine Vielzahl weiterer interessanter Fragen beantworten. Gehen ältere Menschen öfter in ein Museum als jüngere Menschen? Haben Frauen eine andere Motivation, das Museum zu besuchen, als Männer? Fühlen sich einheimische Besuchende im Museum willkommener als Touristen? Welchen Einfluss hat die Persönlichkeit auf die Besuchshäufigkeit? Oder wie unterscheiden sich die einzelnen Museen bzw. die verschiedenen Museumstypen untereinander?

Die Vielfalt der Möglichkeiten, die Daten vertiefend zu analysieren, ist so groß, dass es unmöglich ist, alles in einem Bericht abzudecken. Im Rahmen des Projekts LePAS (Leibniz-Plattform for Advancing and Supporting Visitor Research in Museums) wird in Zusammenarbeit mit der ImpactUnit (Wissenschaft im Dialog) eine datengestützte Plattform aufgebaut, mit der Museen und Science Center die Möglichkeit haben, unterschiedliche individuelle Fragen eigenständig für sich zu beantworten. Mit dieser Plattform kann aus einem Pool unterschiedlicher Items und Skalen ein Fragebogen für eigene Befragungen zusammengestellt und erhoben werden. Auch weitere Besucher\*innenstrukturanalysen werden über diese Plattform zukünftig durchgeführt.

Verbunden mit dieser Datenplattform ist ein Dashboard, mit dessen Hilfe nicht nur die erhobenen deskriptiven Daten visualisiert werden können, sondern auch Zusammenhänge und Unterschiede exploriert werden können. Das Dashboard wird nicht nur vorgefertigte Profile mit Standardvisualisierungen bieten, sondern auch die Möglichkeit eigene Dashboards zu erstellen. Darüber hinaus können die eigenen Ergebnisse eines Museums über verschiedene Variablen ausgewertet werden, mit den Durchschnittsdaten aller Museen/Science Center in der Stichprobe oder aller Museen eines bestimmten Museumstyps verglichen werden. Die in der Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/23 erhobenen Daten dienen als Grundlage.

Im Folgenden möchten wir anhand einiger Gruppenvergleiche exemplarisch aufzeigen, was mit der Datenplattform zukünftig möglich ist bzw. welche weiterführenden Fragen anhand der eigenen Daten beantwortet werden könnten.

Im Rahmen der Besucher\*innenstrukturanalyse 2022/2023 wurden unterschiedliche Merkmale erhoben, die einen Einfluss auf das Besucherleben haben können. Eines dieser Merkmale ist die Vertrautheit mit dem Museum bzw. Science Center, also ob die Besucher\*innen zum ersten Mal das entsprechende Museum/Science Center besuchen. Die Vertrautheit kann die Wahrnehmung und Erwartungen an das Museum/Science Center sowie das Verhalten während des Besuchs ändern (Thoma et al., 2022). Somit kann angenommen werden, dass Unterschiede zwischen Personen, die zum ersten Mal ein Museum/Science Center besuchen (Erstbesucher\*innen; EB), und denjenigen, die schon mehrmals ein Museum besucht haben (Wiederholungsbesucher\*innen; WB), bestehen.

Unter den befragten Besucher\*innen des Deutschen Museums Verkehrszentrum waren 441 EB (74%). Davon waren 34% weiblich und 61% männlich mit einem durchschnittlichen Alter von 41 Jahren ( $SD = 16.7$ ). 83 der 597 Besucher\*innen (14%) dagegen besuchten bereits 1 bis 3 Mal das Deutsche Museum Verkehrszentrum und waren durchschnittlich 47 Jahre alt ( $SD = 16.1$ ). 23% von diesen Wiederholungsbesucher\*innen waren weiblich und 72% männlich. Schon 4 Mal oder häufiger haben das Deutsche Museum Verkehrszentrum 29 Besucherinnen (43%) und 38 Besucher (56%) besucht. Diese insgesamt 68 WB (11% der Gesamtbesucher\*innen) waren durchschnittlich 47 Jahre alt ( $SD = 16.7$ ).

Im Folgenden werden beispielhaft die Ergebnisse für die obigen drei Gruppen für vier unterschiedliche Merkmale ausgewertet: Willkommen fühlen (6.1), Nutzung (digitaler) Angebote vor Museumsbesuch (6.2), Wohnort (6.3) und Besuchsmotivation (6.4).

## 6.1 Willkommen fühlen

Es wurde ausgewertet, inwiefern sich die drei obigen Gruppen in ihrem Gefühl, willkommen im Museum/Science Center zu sein, unterscheiden. Die Besucher\*innen konnten bei dieser Frage zwischen überhaupt nicht willkommen (=1) bis völlig willkommen (=5) wählen. Die Befunde zeigen, dass sich sowohl die EB als auch die WB alle sehr willkommen gefühlt haben.

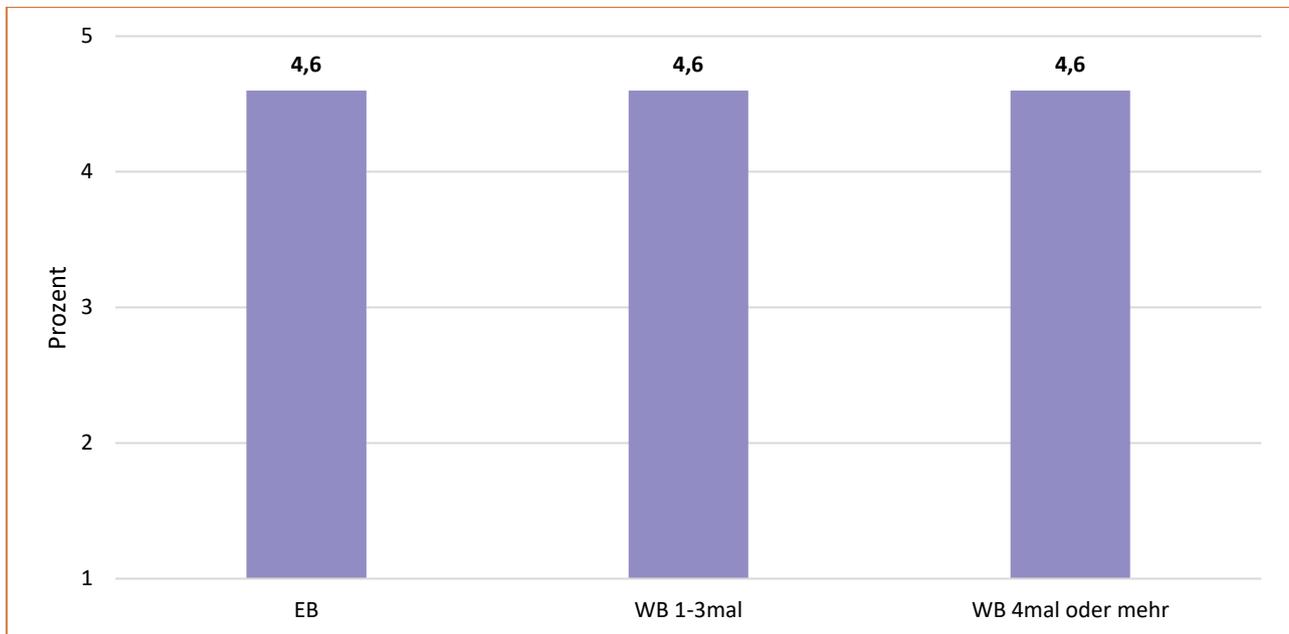


Abbildung 55: ( $N_{EB} = 440$ ;  $N_{WB\ 1-3mal} = 82$ ;  $N_{WB\ 4mal\ oder\ mehr} = 67$ )

## 6.2 Digitale Angebote vor Besuch

Werden die Befunde im Hinblick auf die Nutzung (digitaler) Angebote vor dem Museums-/Science Center Besuch für die oben beschriebenen Gruppen betrachtet, so lässt Abbildung 56 erkennen, dass die Mehrheit aller drei Besucher\*innengruppen angeben, vor dem Besuch die Webseite des Museums/Science Centers genutzt zu haben. Dies ist das Angebot, das von allen drei Gruppen am häufigsten genutzt wurde. Die anderen Angebote dagegen wurden wesentlich geringer genutzt.

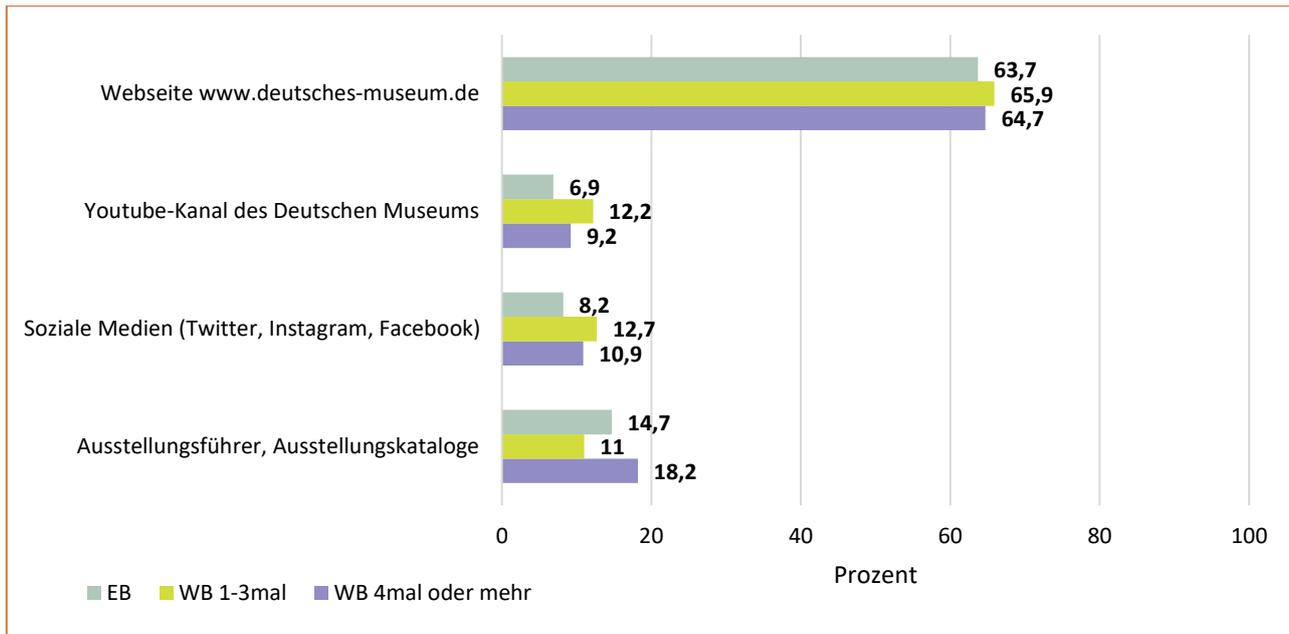
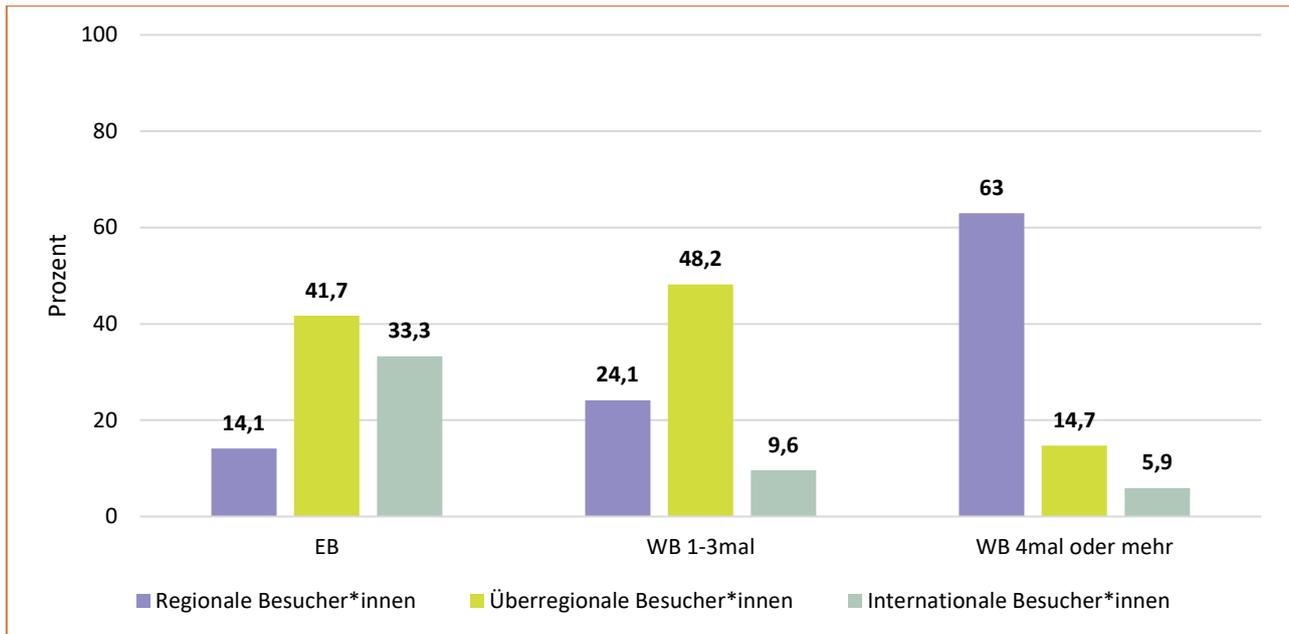


Abbildung 56: ( $N_{EB} = 413$ ;  $N_{WB\ 1-3mal} = 75$ ;  $N_{WB\ 4mal\ oder\ mehr} = 66$ )

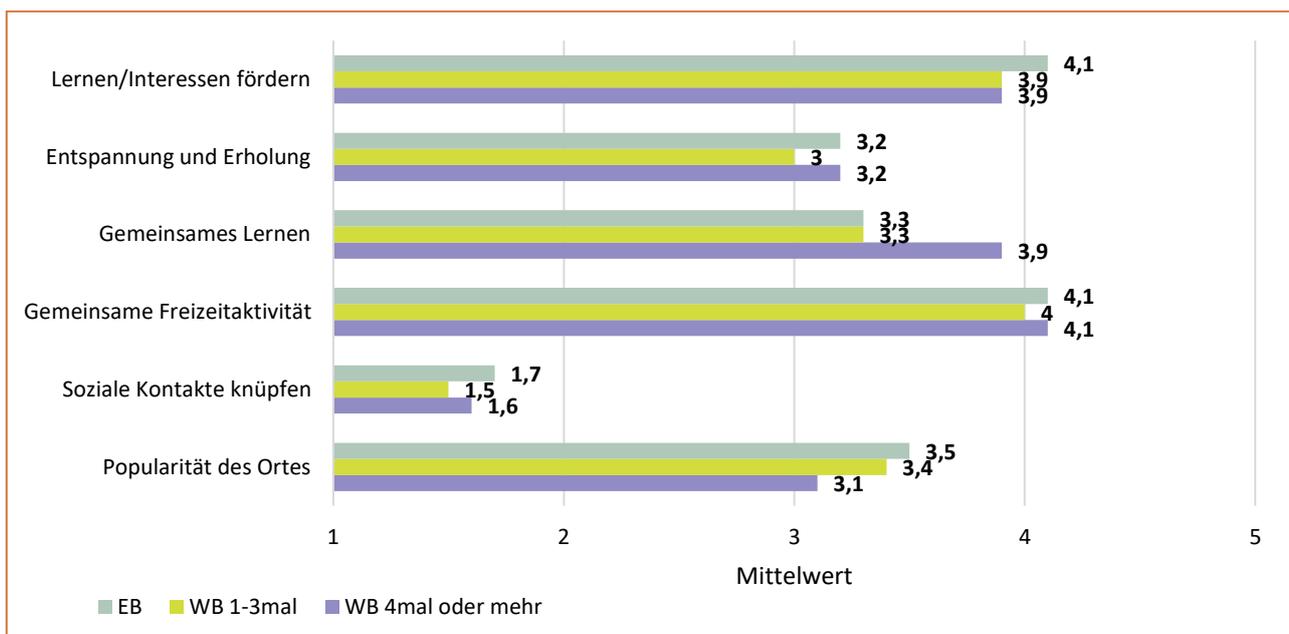
### 6.3 Wohnort

Die Besucher\*innen wurden nicht nur gefragt, ob sie in Deutschland wohnen, sondern auch nach ihrer Postleitzahl. Anhand dieser Angaben kann ermittelt werden, ob es sich bei den Besucher\*innen um internationale Besucher\*innen handelt und, wenn der Wohnort Deutschland ist, ob sie in einem Umkreis von weniger als 20km (regionale Besucher\*innen) oder von mehr als 20km (überregionale Besucher\*innen) vom Museum wohnen. Für die drei oben beschriebenen Besucher\*innengruppen zeigen die Ergebnisse (Abbildung 57), dass die Mehrheit der WB, die das Museum/Science Center 4 Mal oder häufiger besucht haben, regionale Besucher\*innen sind mit 63%. Innerhalb der Gruppe der EB dagegen machen die regionalen Besucher\*innen den geringsten Anteil aus (14%). Hier handelt es sich am häufigsten um überregionale Besucher\*innen (42%) genau wie bei den WB, die das Museum/Science Center 1-3 Mal besucht haben (48%). Bei beiden WB-Gruppen finden sich am wenigsten internationale Besucher\*innen (WB 1-3mal: 10%, WB 4 Mal oder mehr: 6%). Den höchsten Anteil internationaler Besucher\*innen weist die Gruppe der EB auf mit 33%).

Abbildung 57: ( $N_{EB} = 441$ ;  $N_{WB\ 1-3mal} = 83$ ;  $N_{WB\ 4mal\ oder\ mehr} = 68$ )

#### 6.4 Besuchsmotivation

Die Besucher\*innen wurden gebeten, ihre Besuchsmotivation anhand von 17 Fragen einzuschätzen (1 = trifft überhaupt nicht zu; 5 = trifft voll und ganz zu). Die Abbildung (58) lässt erkennen, dass die drei oben beschriebenen Besucher\*innengruppen sehr ähnliche Besuchsmotivationen aufweisen. Am häufigsten scheinen die Besucher\*innen das Museum/Science Center zu besuchen, um etwas zu lernen bzw. eigene Interessen zu fördern sowie um eine gemeinsame Freizeitaktivität zu unternehmen. „Soziale Kontakte knüpfen“ dagegen scheint bei allen Besucher\*innen eine eher geringe Bedeutung als Besuchsmotivation zu haben.

Abbildung 58: ( $N_{EB} = 431$ ;  $N_{WB\ 1-3mal} = 82$ ;  $N_{WB\ 4mal\ oder\ mehr} = 66$ )

## 7 Follow-Up Befragungen

Jeweils sechs bis acht Wochen nach dem eigentlichen Museums-/Science Center Besuch wurde eine Follow-Up Befragung online durchgeführt.

Tabelle 46: Verteilung der verwertbaren Fragebögen auf die Erhebungszeitpunkte der Follow-Up-Befragungen und die Fragebogensprachen

Erhebungszeitpunkt	Zeitfenster Befragung	Anzahl Fragebogen Deutsch	Anzahl Fragebogen Englisch	Gesamtanzahl Besucher*innen
1	16.01.2023-09.02.2023	15	7	22
2	19.07.2023-07.08.2023	15	1	16
3	29.09.2023-16.10.2023	15	6	21
Gesamt		45	14	59

Insgesamt umfasst die Stichprobe aller drei Messzeitpunkte der Follow-Up Befragungen 59 verwertbare Fragebögen, davon sind 76% deutschsprachige und 24% englischsprachige Fragebögen. Damit haben 10% der Personen, die an den Befragungen im Museum/Science Center teilgenommen haben, den online Follow-Up Fragebogen beantwortet.

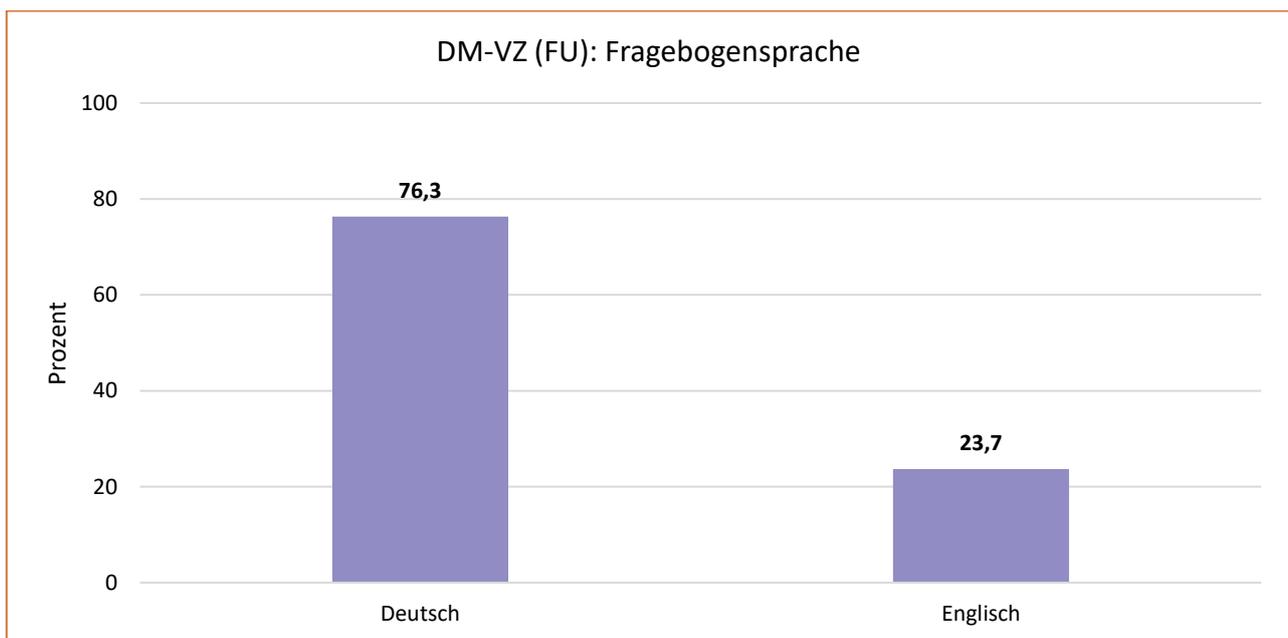


Abbildung 59: Fragebogensprache (N = 59)

### 7.1 Erinnerungen an den Besuch im Museum/Science Center

Durch die Follow-Up Befragung wird versucht, mehr über die Erinnerungen der Teilnehmer\*innen in Bezug auf den eigentlichen Museum-/Science Center Besuch zu erfahren. Zuerst wird auf die Ergebnisse hinsichtlich der Lebendigkeit der Erinnerungen eingegangen (7.1.1). Dann folgen die Befunde zur Gesamtbewertung des Besuchs (7.1.2). In Abschnitt 8.1.3 wird darauf eingegangen, mit wie vielen Personen die Besucher\*innen über den Besuch gesprochen haben. Zuletzt folgen drei Erinnerungen der Teilnehmer\*innen (7.1.4). Der Follow-Up Fragebogen enthielt weitere Fragen, die im Folgenden nicht berichtet werden, aber im Datensatz enthalten sind und eingesehen werden können.

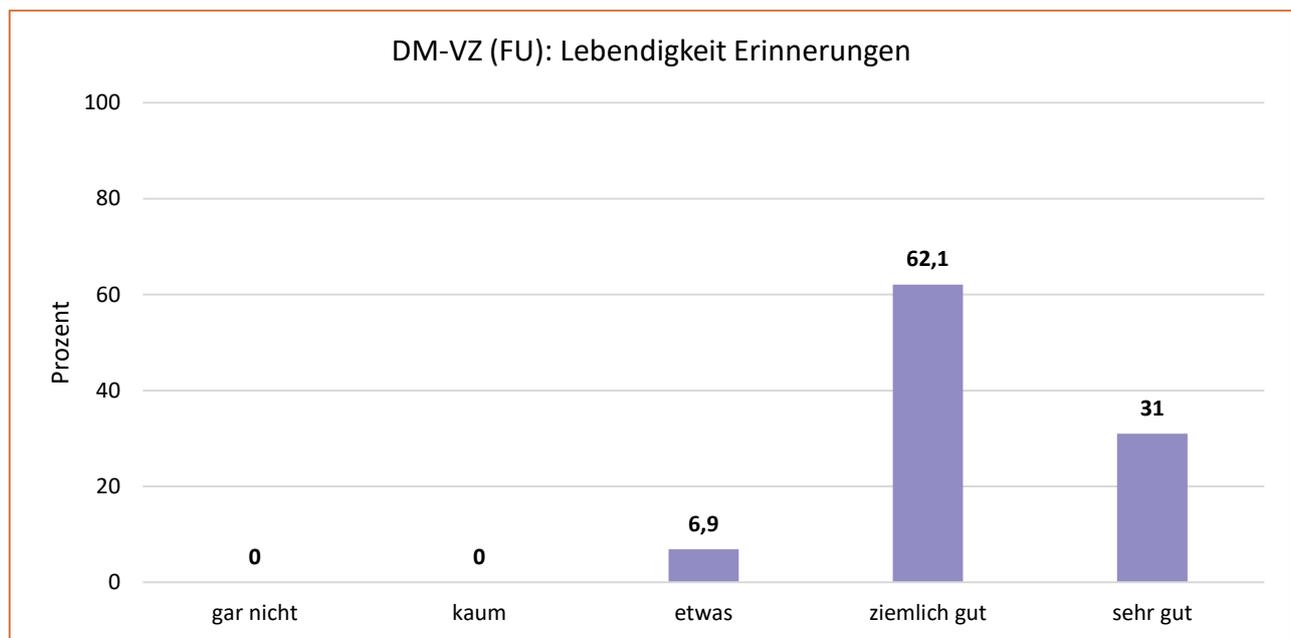
### 7.1.1 Lebendigkeit der Erinnerungen

Zu Beginn der Follow-Up Befragung wurden die Teilnehmer\*innen gefragt, wie lebendig die Erinnerungen an den Museums-/Science Center Besuch noch sind. Sie konnten dabei zwischen fünf Antwortmöglichkeiten wählen (1 = gar nicht bis 5 = sehr gut).

Tabelle 47

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	recollivivid
Text:	Wie gut können Sie sich an den Besuch im Museum/Science Center erinnern?
Kategorien:	1 = gar nicht 2 = kaum 3 = etwas 4 = ziemlich gut 5 = sehr gut

Die Teilnehmer\*innen der Follow-Up Befragung schätzen die Lebendigkeit der eigenen Erinnerung durchschnittlich als ziemlich gut ein ( $M = 4.2$ ,  $SD = .57$ ).

Abbildung 60: Wie gut können Sie sich an den Besuch im Museum/Science Center erinnern? ( $N = 58$ )

### 7.1.2 Bewertung Museums-/Science Center-Besuch

Die Teilnehmer\*innen an der Follow-Up Befragung wurden gebeten, rückblickend ihren Museums-/Science Center Besuch zu bewerten. Dabei konnten sie zwischen 1 = sehr negativ bis 10 = sehr positiv eine Antwortoption auswählen.

Tabelle 48

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	rating
Text:	Wie würden Sie Ihren letzten Besuch zusammenfassend bewerten?
Kategorien:	1 = sehr negativ 2 = 2 3 = 3 4 = 4 5 = 5 6 = 6 7 = 7 8 = 8 9 = 9 10 = sehr positiv

Rückblickend bewerten die Teilnehmer\*innen ihren Museums-/Science Center Besuch durchschnittlich mit  $M = 8.9$  ( $SD = 1.0$ ) als positiv.

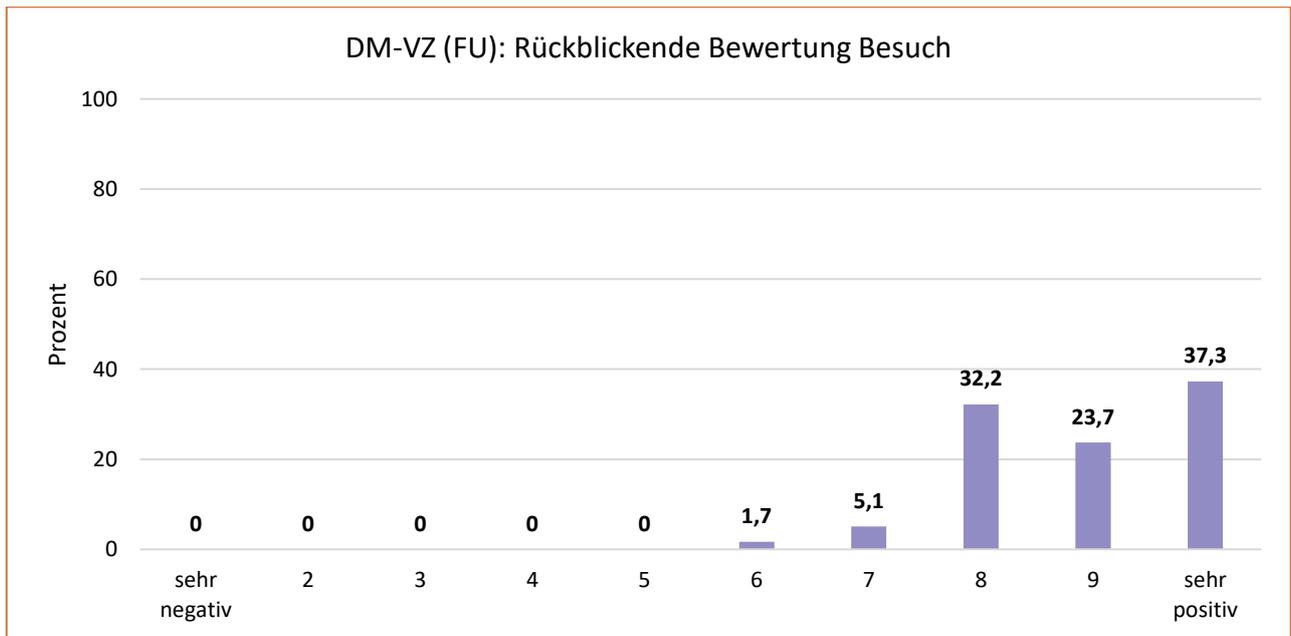


Abbildung 61: Wie würden Sie Ihren letzten Besuch zusammenfassend bewerten? (N = 59)

### 7.1.3 Mundpropaganda

In der Follow-Up Befragung wurden die Teilnehmer\*innen gefragt, mit wie vielen Personen sie im Nachhinein über ihren Museums-/Science Center Besuch gesprochen haben. Es handelt sich hier um ein geschlossenes Antwortformat mit fünf Antwortmöglichkeiten.

Tabelle 49

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	wordofmouth
Text:	Mit etwa wie vielen Personen haben Sie über Ihren Besuch im Museum/Science Center gesprochen?
Kategorien:	1 = mit niemandem 2 = 1-5 Personen 3 = 6-10 Personen 4 = 11-20 Personen 5 = mehr als 20 Personen

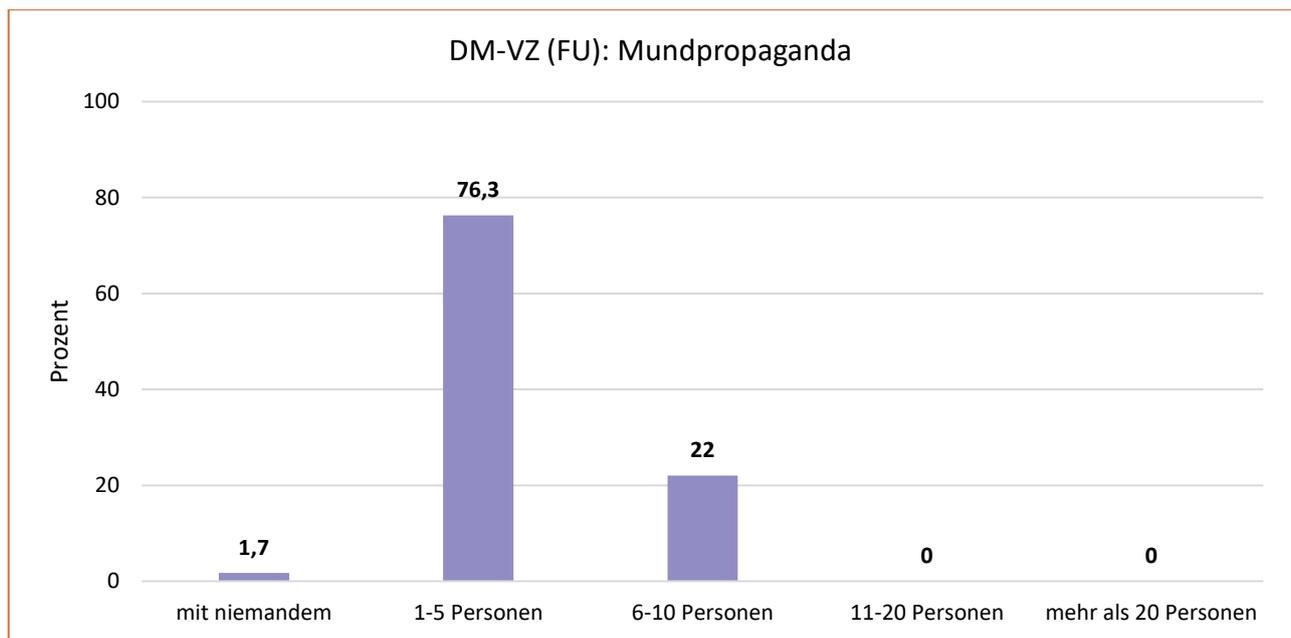


Abbildung 62: Mit etwa wie vielen Personen haben Sie über Ihren Besuch im Museum/Science Center gesprochen? (N = 59)

#### 7.1.4 Erinnerungen

In der Follow-Up Befragung wurde erfasst, an welche drei Aspekte von ihrem Museums-/Science Center Besuch sich die Teilnehmer\*innen noch am besten erinnern. Es handelt sich um eine offene Frage. Die Teilnehmer\*innen hatten die Möglichkeit, drei Erinnerungen zu nennen. Die Auflistung der offenen Antworten befindet sich im Anhang.

Tabelle 50

Anzahl der Variablen:	3	
Text:	An welche drei Punkte erinnern Sie sich am besten? (Das kann alles Mögliche sein, z.B. organisatorisch oder inhaltlich, positiv oder negativ).	
Variablen:	recollection1	Erinnerung 1
	recollection2	Erinnerung 2
	recollection3	Erinnerung 3
Kategorien:	Offen	

Grob sortiert ergeben sich für alle drei Erinnerungen folgende Häufigkeiten. Dabei ist zu beachten, dass eine detaillierte Kategorisierung ohne genaue Kenntnis der Gegebenheiten im jeweiligen Museum/Science Center schwierig ist. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, dass einzelne offene Angaben in mehrere Kategorien einsortiert sein können. Daraus ergibt sich eine höhere Anzahl als offene Antworten (siehe Anhang).

Tabelle 51

Kategorie	Anzahl
Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre	12
Museum/Betrieb/Service/Café	10
Ausstellung/Wechselausstellung/Inhalt/Interaktion	43
Exponate	67
Medien/App/Mediaguide	0
Andere Angebote/Führung/Vortrag/Labor/Show	3
Lernen/Interesse	0
Fragebogen/Befragung	8
Sonstiges	16

## 7.2 (Digitale) Angebote

In Museen und Science Centern werden die dargebotenen Inhalte mit Hilfe verschiedenster digitaler und analoger Angebote und Formate den Besucher\*innen nähergebracht. Einige der Angebote können von den Besucher\*innen auch außerhalb des Besuchs genutzt werden. Dadurch wird ihnen die Möglichkeit gegeben, ihren Besuch vorzubereiten oder im Anschluss noch einmal zu vertiefen. Museen/Science Center möchten durch den Besuch auch Interesse und Neugierde wecken und die Besucher\*innen dazu anregen, sich weiter mit den Inhalten des Museums/Science Centers zu beschäftigen. Vor diesem Hintergrund wurde in den Follow-Up Befragungen die Nutzung (digitaler) Angebote durch die Besucher\*innen nach dem Besuch erfasst.

Die Nutzung (digitaler) Angebote nach dem Besuch wurde anhand einer geschlossenen Frage abgefragt. Dabei konnten die Teilnehmer\*innen nur aus den verfügbaren (digitalen) Angeboten des besuchten Museums/Science Centers auswählen.

Tabelle 52

Anzahl der Variablen:	Museumsabhängig	
Text:	Welche der folgenden Angebote des Museums/Science Centers haben Sie noch nach Ihrem Besuch genutzt?	
Variablen:	ma501	Webseite <a href="http://www.deutsches-museum.de">www.deutsches-museum.de</a>
	ma502	Youtube-Kanal des Deutschen Museums
	ma503	Soziale Medien (Twitter, Instagram, Facebook)
	ma506	Ausstellungsführer, Ausstellungskataloge
Kategorien:	1 = Ja 2 = Nein 3 = Unsicher	

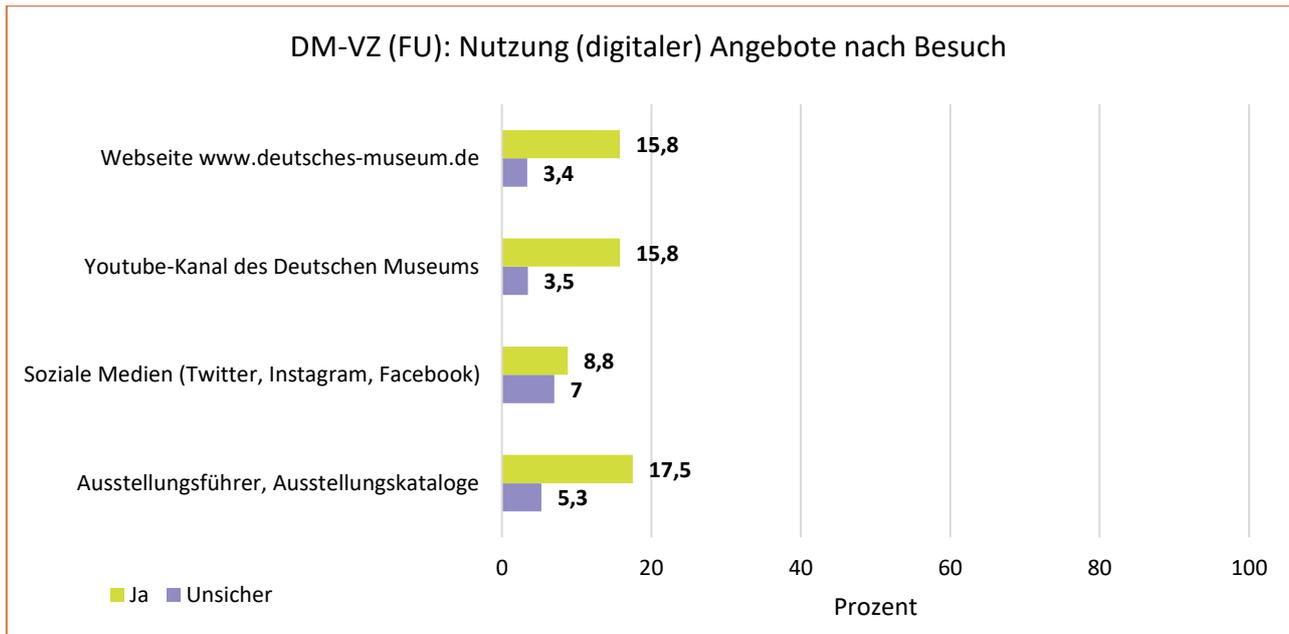


Abbildung 63: Welche der folgenden Angebote des Museums/Science Centers haben Sie noch nach Ihrem Besuch genutzt? (N = 57)

### 7.3 Kommentar Follow-Up-Befragungen

Die Teilnehmer\*innen an der Follow-Up Befragung hatten am Ende des Fragebogens die Möglichkeit, einen Kommentar zu hinterlassen. Es handelte sich um ein offenes Eingabefeld. Die Auflistung der offenen Antworten befindet sich im Anhang.

Tabelle 53

Anzahl der Variablen:	1
Name der Variablen:	comment
Text:	Gibt es noch irgendetwas, das Sie uns mitteilen möchten? Hier ist Raum für Ihre Kommentare:
Kategorien:	Offen

Grob sortiert ergeben sich für alle drei Erinnerungen folgende Häufigkeiten. Dabei ist zu beachten, dass eine detaillierte Kategorisierung ohne genaue Kenntnis der Gegebenheiten im jeweiligen Museum/Science Center schwierig ist. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, dass einzelne offene Angaben in mehrere Kategorien einsortiert sein können. Daraus ergibt sich eine höhere Anzahl als offene Antworten (siehe Anhang).

Tabelle 54

Kategorie	Anzahl
Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre	2
Museum/Betrieb/Service/Café	0
Ausstellung/Wechselausstellung/Inhalt/Interaktion	3
Exponate	1
Medien/App/Mediaguide	0
Andere Angebote/Führung/Vortrag/Labor/Show	1
Lernen/Interesse	1
Fragebogen/Befragung	4
Sonstiges	3

## 8 Literaturverzeichnis

- Allen, S. (2002). Looking for learning in visitor talk: A methodological exploration. In: Gaea Leinhardt, Kevin Crowley and Karin Knutson (Hrsg.): *Learning Conversation In Museums* (pp. 259-303). Mahwah.
- American Alliance of Museums & Wilkening Consulting (2021). *Museums and Trust*. Spring 2021. <https://www.aam-us.org/2021/10/05/exploring-museums-and-trust-2021/>
- Bitgood, S., Kitazawa, C., Cavender, A., & Nettles, K. (1993). The Role of Group Composition and Exhibit Characteristics on Adult Visitor Behavior. *Visitor Behavior*, 8(3), 9-10.
- Bourdieu, P. (1983). Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: R. Kreckel (Hrsg.). *Soziale Ungleichheiten* (S. 183-198). Göttingen: Schwartz.
- Björneborn, L. (2017). Three key affordances for serendipity. Towards a framework connecting environmental and personal factors in serendipitous encounters. *Journal of Documentation*, 73(5), 1053-1081. DOI: 10.1108/JD-07-2016-0097
- Crowley, K. & Callanan, M. (1998). Identifying and supporting shared scientific reasoning in parent-child interactions. *Journal of Museum Education*, 23, 12-17.
- Danner, D., Rammstedt, B., Bluemke, M., Treiber, L., Berres, S., Soto, C. & John, O. (2016). Die deutsche Version des Big Five Inventory 2 (BFI-2). *Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen*. DOI: 10.6102/zis247
- Ellenbogen, K. M., Luke, J. J., & Dierking, L. D. (2004). Family Learning Research in Museums: An Emerging Disciplinary Matrix? *Science Education*, 88, 48-58.
- Erdelez, S. (1999). Information encountering. It's More Than Just Bumping into Information. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 3(25), 26-29.
- Falk, J. H. & Dierking, L. D. (2000). *Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning*. Walnut Creek, CA: AltaMira.
- Falk, J. H. (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek: Left Coast Press.
- Frey, A., Taskinen, P., Schütte, K., Prenzel, M., Artelt, C., Baumert, J., Blum, W., Hammann, M., Klieme, E. & Pekrun, R. (Hrsg.). PISA '06. PISA 2006 Skalenhandbuch. Dokumentation der Erhebungsinstrumente.
- Hertel, S., Hochweber, J., Mildner, D., Steinert, B. & Jude, N. (2014). PISA 2009 Skalenhandbuch. Münster: Waxmann.
- Phelan, S., Bauer, J. & Lewalter, D. (2017). Visit motivations: development a short scale for comparison across sites. *Museum Management and Curatorship*. DOI: 10.1080/09647775.2017.1389617
- Rammstedt, B. & John, O.P. (2005). Kurzversion des Big Five Inventory (BFI-K): Entwicklung und Validierung eines ökonomischen Inventars zur Erfassung der fünf Faktoren der Persönlichkeit. *Diagnostica*, 51(4), 195-206.
- Statistisches Bundesamt (2020). Erhebungszeitraum 1991-2019, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/6248/umfrage/ausgaben-fuer-freizeit-unterhaltung-und-kultur-seit-1997/>
- Freizeit-Monitor (2023), Stiftung für Zukunftsfragen, Veröffentlichungsdatum September 2023 <https://www.freizeitmonitor.de/2023/kultur-boomt-mit-einer-ausnahme/>
- Freizeit-Monitor 2023, Stiftung für Zukunftsfragen, Veröffentlichungsdatum September 2023 <https://www.freizeitmonitor.de/2023/das-sofa-als-epizentrum-unserer-freizeit/>

Talarico, J. M. & Rubin, D. C. (2003). Confidence, not consistency, characterizes flashbulb memories. *Psychological Science*, 14(5), 455-461.

Thoma, G.-B., Kampschulte, L., Specht, I., Lewalter, D., Schwan, S. & Köller, O. (2022). Wer geht in welches Museum? Vergleichende Besucherstrukturanalyse in den acht Forschungsmuseen der Leibniz-Gemeinschaft. (<https://www.deutsches-museum.de/museum/verlag/publikation/wer-geht-in-welches-museum>)

Statistisches Bundesamt (2024). Altersgruppe ab 15 Jahre, Erhebungszeitraum 2022, (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1988/umfrage/bildungsabschluesse-in-deutschland/>)

Statistisches Bundesamt (2017). Ergebnis des Mikrozensus, Personen ab 15 Jahren, (<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/Tabellen/bildungsabschluss.html>)

Wei, C., Zhao, Zhang C., & Huang, K. (2019). Psychological factors affecting memorable tourism experiences, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 619-632. DOI: 10.1080/10941665.2019.1611611

## 9 Anhang: Angaben der Besucher\*innen zu den offenen Fragen

Im Folgenden finden Sie Tabellen mit allen Antworten zu den einzelnen offenen Fragen, die im Fragebogen enthalten sind. Wir haben eine erste, vorläufige Zuordnung der offenen Antworten zu den folgenden Kategorien vorgenommen:

- 1 = Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre
- 2 = Museum/Betrieb/Service/Café
- 3 = Ausstellung/Wechselausstellung/Inhalt/Interaktion
- 4 = Exponate
- 5 = Medien/App/Mediaguide
- 6 = andere Angebote/Vortrag/Labor/Show
- 7 = Lernen/Interesse
- 8 = Fragebogen/Befragung
- 9 = Sonstige
- 10 = keine Angabe

Es handelt sich bei der Kategorisierung um keine wissenschaftlich fundierte Auswertung, sie dient lediglich dazu einen besseren Überblick über die offenen Antworten zu bekommen sowie die Lesbarkeit zu verbessern. So erfolgte die Zuordnung nicht auf Basis von mehreren Personen und es wurden keine Beobachterübereinstimmungen berechnet. Es besteht die Möglichkeit, dass einzelne Antworten nicht richtig zugeordnet wurden bzw. durch andere Personen zu einer anderen Kategorie zugehörig kodiert worden wären. Die offenen Antworten der Besucher\*innen, die verschiedene Informationen beinhalteten, wurden mehreren Kategorien zugeordnet. Eine Antwort kann entsprechend bei mehreren Kategorien zugeordnet sein.

### 9.1 Offene Antworten der Museumsbefragung

#### 9.1.1 Gefallen: Positiv (2.5.1)

Kategorie: Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre
Angenehm leise
It's spacious and interesting with good explanations of the objects
I like the Main 2 Halls Architekturen, as well as the interactive nature of the exhibition. I hat a Blatt with the asynronus Transmission.
Viel Platz
The Light, the wide spaces, the interesting exhibitions
Großflächige Hallen, gute Übersicht über die Exponate, interessante und genaue geschichtliche Darstellung
Bezug zu München
Weitläufigkeit und angenehmes Klima, sehr hell und durch die hohen Decken wirkt alles sehr luftig. Der begehbare LKW ist für die Kinder ein Highlight. Sehr schöne Auswahl an Exponenten.
Großzügige Räume
Lockere atmosphäre
Das Gebäude und die Züge
Not over crowded and excellent exhibits
Räumlichkeit und Exponate
Grosszügige Hallen
I like it is bright and spacious and full of fun vehicles to look at and walk through
The open space that Allofs a range of exhibits. The groupung of types together
Luftig ,nicht zu eng
Gebäude
Space, building, light, collection itself
Ruhig, viel Platz

Kids area is really good.
Kids area
Sehr viel Platz um die Ausstellungstücke
Free movement throughout the museum, and the clear structure.
Everything, its a wonderfuk museum with a lot of interesting information
Schönes und übersichtliches Gebäude, man kann sich alle Ausstellungsstücke genau anschauen. Außerdem finde ich es toll das man in manche Fahrzeuge auch rein kann.
Genug Platz um die Exponate komplett zu sehen.
Atmosphäre, Ausstellungsstücke.
The building, the the diversity of the exponates, the ambiance
Das gebäude
Weitläufigkeit, gute Übersicht, guter Querschnitt der Exponate
Die Ruhe
Die weitläufigkeit
A lot of space for exhibits and visitors. Interesting objects.
Die Weitläufigkeit,
Das hier alles sehr großflächig ist und man auch gute Erklärungen bekommt
There's lots of cool stuff and the building itself is pretty cool
Ubahnen, Modelleisenbahn, Spielplatz, viel Platz
Große ausstellungsstücke, Züge, Kinderspielplatz
Die Ausstellung und der Platz
Die dampflok viel platz um sich in ruhe umzusehen ohne anderen besuchern auf die füsse zu treten
Laster, Spielplatz
Dass es mit kindern hier sehr schön ist und kinder hier willkommen sind. Sehr großzügig geschnitten.
Clean clear logical setup quiet
Die Austellung, die Helligkeit des Miseums, schöne Modelle, historische Bildung, Mix aus Altem und Neuem, geräumig
Nice collectionnof transport items and building
Die Straßenbahnen und das man viel Platz hat. Das es Barrierefrei ist.
Exponate und das grosszuegige Platzangebot rund um die Exponzte
Alte Verkersmittel, die Ruche??
The excellent display with a lot of space. I also like the airiness. The information boards are very good
Sehr freundliches Personal, übersichtliches Gebäude, sehr hell
Sehr gute überschaubarkeit der Exponate und die Grösse der Reumlichkeiten

<b>Kategorie: Museum/Betrieb/Service/Café</b>
Very friendly Staff, well laid out exhibits, interesting subject matter
Sehr freundliches Personal, übersichtliches Gebäude, sehr hell
Außergewöhnliche Exponate
Sehr sauber
Nettes Personal
Verschiedenste Ausstellungsstücke, freundliches hilfsbereites Personal

<b>Kategorie: Ausstellungsdiaktik/Ausstellungsinhalte/Ausstellungsvermittlung</b>
We can watch various type of transportation machine and learn about history München.
In autos , zuege reingehen, alles interaktive,
Gute Erläuterungen zu den Exponaten
Children can try many things
Infos zu Klimazielen und Verkehrswende
Gute didaktische Aufbereitung.
Die alten Beschriftungen an den Fahrzeugen
Like anything hands on and interactive
Details of the machines and vehicles
Its amazing, I visited transportation section and it is awesome. Well maintainted and self explanatory. No need for a guide thats one of best thing i find out here. Historic preservation with modern touch.
It is very interactive and easy to understand
Easy Access to exhibition
The Ränge of Displays
Dass es mit kindern hier sehr schön ist und kinder hier willkommen sind. Sehr großzügig geschnitten.
Comparing new and old technology
Die Interaktive Ausstellungen

Die anschauliche technische Darstellung
Die schönen, erklärten Vorführungen in Halle 2
The interactions and going inside the cars (like the truck, where you can sit)
Mischung aus historischem und Modernem
Die Versuchsstrecke zum Thema Motoren und Getriebe. Es ist interessant direkt am Beispiel ausprobieren und lernen zu können.
All displays were beautiful and nicely displayed.
Interesting mix of info about old vehicles and info about contemporary environmental and infrastructure issues
Very interesting perspective on the history and future of transportation! Also very cool from an engineering standpoint getting to see vehicles from different time periods.
Das begehren der fahrzeuge
Technick zum ausprobieren
Technik zum selbst ausprobieren
Depth of detail among exhibits
Kinder mögen die rutsche und dass sie rumrennen und in die Fahrzeuge rein können
Gut für Kinder
The exhibits are very informative and user friendly.
The interactive section in the 3rd building (the gears and such)
Very efficiently planned, easy to walk through.
Man fühlt sich frei, alles anzuschauen
Die Begehbarkeit einiger Züge
It is interesting for kids and adults.
Interactive activities
Ansprechende gut erklärte Ausstellung.
Interaktive Ausstellungsstücke
The excellent display with a lot of space. I also like the airiness. The information boards are very good
All the interactive possibilities
Interaktion
Interaktion
Interesting for children to learn
Meinen Kindern 2x 6 Jahre hat das Flugzeugbauspiel am besten gefallen. Mir die Mobilitätsausstellung
Rutsche
Kinderbereich
Interactive exhibits
Hintergrundinformationen zu den Exponaten sind verständlich und sehr interessant
Der Blick In die Technikgeschichte bis in die Gegenwart
Mischung aus guter Aufbereitung durch Informationen, Stationen zum Mitmachen und verschiedenen Ausstellungsstücken
The explanations, the variety, the logical groupings, the close access, the fact that many are not restored but displayed in their collected state (ie not repainted to make them 'perfect').
Alle interaktiven Elemente, alle historischen Radl und Bussr
Gute räumliche Aufteilung der Exponate und deren gesamt Anzahl. Nicht zu viel und nicht zu wenig
Es gibt viele Info über die Exponate und man kann von innen die sehen
Various modes of transportation displayed from bicycles to carriages
The tests and experiential activities
Anschaulichkeit Mechanischer Technik, Blick in andere Zeiten, Motorräder der letzten 60 Jahre
Spielerische Elemente wie Ampel oder Rohrpost
It's spacious and interesting with good explanations of the objects
Trains. Being able to get into some is pretty cool
Die Vielfahrt. Sehr kindgerecht.
The historical objects they have and their explanations.
Alles ist in Englisch und Deutsch erklärt. Mein Mann spricht nur Englisch. Die displays sind sehr gut und da ist nicht zu viel zum lesen.
I like the Main 2 Halls Architectures, as well as the interactive nature of the exhibition. I had a Blatt with the asynchronous Transmission.
There are many exhibits and are able to get close to them, and some are hands on which I enjoyed.
Klare Aufteilung der verschiedenen Sparten und klare, aufschlussreiche Beschriftungen
Very well presented with very good information on the items
Logical layout of exhibits. High quality displays.
Variety of exhibits, especially ones that I can interact with
Die historischen Exponate sowie das deren Funktionsweise erläutert wird.
Einfach alles. Alles sehr gut dargestellt. Für Kinder sehr interessant.
Große Auswahl an Exponaten, Verknüpfung mit eigenen Erfahrungen

Die historischen Ausstellungsstücke und dessen Relevanz im aktuellen ÖPNV.
The History vehicles and the explanation
The historical vehicles and the explanations
Gute Exponate
Gute Erklärungen
Exponate, für Kinder interessant
Was gerade ausgestellt ist und die gute beschreibung
Die Art und Weise wie die Ausstellungstücke präsentiert werden und das man auch in verschiedenen Fahrzeugen rein gehen kann. Das Gebäude ist stilvoll passend zu der Art der Ausstellung.
Schönes und übersichtliches Gebäude, man kann sich alle Ausstellungsstücke genau anschauen. Außerdem finde ich es toll das man in manche Fahrzeuge auch rein kann.
Die ausgestellten Exponate und die Beschreibungen dazu.
Auto und Züge
Gute Erklärtafeln
Die Exponate und deren technische Darstellung. Es ist beeindruckend, wie man fruher diese Fahrzeuge und Flugzeuge bauen könnten.
Dampflock mit Erklärungen
Ausstellungsstücke in Originalgröße. Viel Hintergrundwissen wird vermittelt.
Exponate und Begleittexte geschichtliche
Die Ausstellungen und Info Tafeln, die besonders hilfreich und interessant sind
The variety and size of the exhibits. And how you can look inside
Übersichtlichkeit, Innenansichten
Technik im Wandel der Zeit. Interessante historische Exponate. Lehrreich für Kinder
Es ist alles sehr gut und schön aufgeteilt und erklärt
Das hier alles sehr großflächig ist und man auch gute Erklärungen bekommt

<b>Kategorie: Ausstellungskonzept/Struktur/Themenvielfalt/Themenvielseitigkeit</b>
Variety of public transportation
Wie das Museum aufgebaut ist. Vorallem viele verschiedene Verkehrsmittel.
Die zeitlich sehr breite Aufstellung der Ausstellung und die super Qualität ( Erhaltungszustand ) der Exponate. Auch das z.B. Fahrräder gezeigt werden, finde ich sehr gut.
Very open space with exhibtions in very good condition.
Vielfalt
Die vielfalt
Alte t
Technik
Die umfangreiche Ausstellung, teilweise sehr detaillierte Darstellung
Die Vielfalt. Sehr kindgerecht.
Informative history on various types of transportation and modernization
Grosse Auswahl
Abwechslungsreich
Die aufgebaute historische Reihenfolge der Fahrzeuge
Technische Darstellung
The varieties of transportation series
There are many exhibits and are able to get close to them, and some are hands on which I enjoyed.
Vielfalt, Interaktivität, Leidenschaft der Mitarbeiter
Vielfalt der ausstellung
Das man ältere und neue Fahrzeugmodelle verschiedener art sieht
Die Vielfalt der Themenbereiche
Vielfältige Ausstellung
The variety of exhibits.
The amount of exhibits here
Very complete exhibition
The layout; how you can freely move about, and the Great vareity of things to See.
Karen Aufteilung der verschiedenen Sparten und klare, aufschlussreiche Beschriftungen
The different transport modes to see an their history
Menge von Exponaten
Variety of ehibition items
Logical layout of exhibits. High quality displays.
Übersichtlich
Variety of exhibits, especially ones that i can interact with

Reichhaltiges Angebot. Vielfältige Sammlung.
Vorführungen, am besten die S3/6
Layout + lots to see
Clean clear logical setup quiet
Anzahl der Ausstellungsstücke, die Ausstücke selbst
Anzahl der Ausstellungsstücke
The large exhibition, very impressive
The large variety of exhibits, ease of access to them
Einfach alles. Alles sehr gut dargestellt. Für Kinder sehr interessant.
Oliver, alte Technik, aktuelle Bezug
Die alte genial Technik
The variety of exhibits on display and the education on the past, present and future of transportation.
The variety of things and the translation to english
Übersichtlichkeit und gute Aufteilung, Auch aktuelle Exponate und Themen
Very informative about the future of transportation and its environmental effects.
The range of exhibits, the way the Show the changing technology
The diversity of exhibits
Historical applications of transportations and seeing how the focus of design changed over time (from practical to more safety)
Die Vielfalt
Übersichtlichkeit, Vielfalt
Größe der Ausstellung
How well it's organised and easy to enjoy
Die reichhaltige Ausstellung
Vielfältige Ausstellungen
Besondere Ausstellungen
Many things to see
Im Bereich Straßenbau, wo die verschiedene Fahrzeuge erklärt und gezeigt wird.
Mobilität von der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft.
History of the vehicles: trains, bikes and cars
Wide range of exhibits, even in the first hall. Good descriptions in English
Range of exhibits.
The quality of exhibits
Vielfalt
Hier ist alles übersichtlich
Art der Aufstellung der Ausstellungsobjekte
Das Thema
Die historische Darstellung
Alles super hier wegen dem großen Sortiment
Vielfalt, Erinnerungen an meine Jugend in den 70er Jahren
Die Vielfalt der Ausstellungswerke.
Umfassend und übersichtlichkeit
Sehr gute überschaubarkeit der Exponate und die Größe der Räumlichkeiten
The variety and size of the exhibits. And how you can look inside
Übersichtlichkeit, Innenansichten
Die Autos jedoch während es cool die Ausstellung etwas zu erweitern
The Light, the wide spaces, the interesting exhibitions
Vielfalt, Interaktivität, Leidenschaft der Mitarbeiter
Ausstellungsstücke, Aufbau und Präsentation
Very friendly Staff, well laid out exhibits, interesting subject matter
Die Oldtimer
Die Vielseitigkeit
Die vielen Exponate UND Erklärungen
The open space that allows a range of exhibits. The grouping of types together
The car collection and the interesting history
Free movement throughout the museum, and the clear structure.
Die Exponate und die Vielfalt
The building, the diversity of the exhibits, the ambience
The explanations, the variety, the logical groupings, the close access, the fact that many are not restored but displayed in their collected state (ie not repainted to make them 'perfect').

Kategorie: Ausstellungsgestaltung/Design/Präsentation
The Details and the Typen of exhibits
Very well presented with very good information on the items
Exhibits are nicely presented
It is not cramped and overwhelming I also find the audio guide informative
Die Art und Weise wie die Ausstellungstücke präsentiert werden und das man auch in verschiedenen Fahrzeugen rein gehen kann. Das Gebäude ist stilvoll passend zu der Art der Ausstellung.
Es ist alles sehr gut und schön aufgeteilt und erklärt
Die umfangreiche Ausstellung, teilweise sehr detaillierte Darstellung
Trains,metro,cars even the decorations here are so realistic
The range of exhibits, the way the Show the changing technology

Explizite Ausstellung
Verkehrs abteilung
Die formel 1 Ausstellung
Fahrradausstellung
Raserausstellung
Sonderausstellungen zum Verkehr
Aktuelle Ausstellung Geschwindigkeit Strassenrennen, VU Fahrzeug
Transportabteilung
Die Halle 2
Zweiradausstellung
Meinen Kindern 2x 6 Jahre hat das Flugzeugbauspiel am besten gefallen. Mir die Mobilitätsausstellung
The trains section and the awareness about the impacts of car accidents and illegal ways of driving

Ausstellung: Sonstiges
Die Ausstellungen
Die Fahrradwerkstatt
Die Ausstellung
Die Ausstellung und der Platz
Exhibits
Die Ausstellung
Unique exhibits so far, fun environment
Baujahre 1899-1940
Polizeiabteilung
Fantastic exhibits and information
Historical exhibits
Very informative and interesting and moreover its a beautiful collection
Die Ausstellung, die Helligkeit des Museums, schöne Modelle, historische Bildung, Mix aus Altem und Neuem, geräumig
The exhibitions
Die viele wechselnden Ausstellungen
Was gerade ausgestellt ist und die gute beschreibung
Exhibition their cleaning and maintenance
Working exhibits
The exhibits
Die Ausstellungen und Info Tafeln, die besonders hilfreich und interessant sind
Die bisher gesehenen Ausstellungen und deren Ausstellungsstücke
Moderne Ausstellung, anschauliche exponate / und experimente für kinder
The proximity to the exhibits
The Details and the Typen of exhibits
Die Exponate und Ausstellungen
Not over crowded and excellent exhibits
The interactive section in the 3rd building (the gears and such)
Space, building, light, collection itself
Die Exponate und die Ausstellung

Exponate
Es gibt viele interessanten Exponaten

Viel interessante exponate und sehr interessant film über totes reiek
Flying car
Die Bay Schnellzuglok
Die Exponate die bedienbar sind
Motorrad und Auto
Ubahnen, Modelleisenbahn, Spielplatz, viel Platz
Große ausstellungsstücke, Züge, Kinderspielplatz
Ausstellung der Zugmodelle
Nostalgisches Element
Viele verschiedene exponate aus unterschiedlichen epochen
Alte autos und motorräder
Trains. Being able to get into some is pretty cool
The presented cars
Schöne Expomate
Möglichkeiten etwas an exponaten zu verstehen
Der Laster zum reinsetzen
Oldrimer
Die Autos jedoch während es cool die austellung etwas zu erweitern
Autos und Motorräder
Die Züge
Vielfalt der Exponate
Die alten Motorräder und Autos aus längst vergangener Zeit
The historical Objekts they have and their explanations.
Die Fahrzeugvarianten der Austellung
Historische Fahrzeuge
Porche 911
Engines and explanation of drivetrains and transmissions
Lots of different vehicles.
HISTORIC MACHINE
Die Vielfaltnder Exponate
EXPONATE IN BLICKSICHT, Schnittmodelle
The presence of real artifacts, both old and contemporary
Die vielen Exponate
The old vehicules are very interesting.
Die interessantesten Exponate
Der S-Bahn Simulator
Züge
Viele begehbbare Exponate
Exponate
Die begehbbahren Lokomotiven und Züge, die Motoren in Halle 2
Alte Exponate
Fahrzeuge
Die Pkw
Die dampfloks viel platz um sich in ruhe umzusehen ohne anderen besuchern auf die füsse zu treten
Die Oldtimer Motorräder
Die Exponate
Die unterschiedlichen Autos aus den Zeitepochen
Ausstellungsstücke , Aufbau und Präsentation
Ausstellung stuecke
Vielfalt der Exponate
Die Schienenfahrzeuge
Schienenfahrzeuge ,Auto
Historische Fahrzeuge
The range of cars
The cars
The cars on display
Laster, Spielplatz
Amazing collection of autos
The trains
Die rennfahrzeuge
Puffing Billy

Exponate der f
50ger Jahre
Trains
Exponate zum Anfassen, Züge
Die alten Fahrzeuge
Exponate
Kranwagen
Trains,metro,cars even the decorations here are so realistic
Die Simulatoren
Die historische Exponate
Die züge
Zugang zu historischen Fahrzeugen
Die Exponate und Ausstellungen
The quality of the vehicle, and the good status they have
Historische fahrzeuge
Alte/Historische Fahrzeuge
Die bunte Mischung der ausgestellten Exponate
Lkw und Bahn von innen
Fahrräder, Kutschen
Exponate
Begehbare Züge und Fahrzeuge
Viele Ausstellungsstücke zu sehen
U-bahn and train and tram
Die historischen exponate sowie das deren funktionsweise erläutert wird.
The old train cars and the horse-drawn carriages.
Exponate
Eisenbahnen
Die Oldtimer
Die Vielseitigkeit
Die Exponate insbesondere aus den 1960er Jahren
Sehr schöne Exponate.
Historische Pkw
Die Ausstellungsstücke
Fahrzeuge der 1960er und 1970er Jahre.
Alte Auto, Strassenbahnen, Busse föhl mich 40 Jahre zurückervertzt und ein paar habe ich selbst gefahren. Einfach super.
Liebevoll detailliert aufbereitete Exponate
Der LKW
Der ICE
Außergewöhnliche Exponate
Sehr sauber
Nettes Personal
Alte Autos
Alte Loks
Alte autos
Alle Fahrzeuge
Automobile Kutschen
Formel 1, Unfallautos
Die vielen Exponate UND Erklärungen
Die Ausstellungsstücke und der Workshop für Kinder
Autos
Grosse Auswahl an Exponaten, Verknüpfung mit eigenen Erfahrungen
Bahnen
Vielfältige Exponate
Kutschensimulator
Kutschfahrt
Autos
Alle Exponaten
Die Exponate
Fahrzeuge aus verschiedenen Zeiten
Ausstellungsstücke
The car collection and the interesting history
Die historischen Ausstellungsstücke und dessen Relevanz im aktuellen ÖPNV.

The History vehicles and the explanation
The historical vehicles and the explanations
Viele Originalexponate
Das BMW Dixi Auto
The historical vehicles are really cool
Autos
Nice collection of transport items and building
Die Straßenbahnen und das man viel Platz hat. Das es Barrierefrei ist.
Gute Exponate
Gute Erklärungen
Fahrräder und Autos
Altes Autos
Original Züge und alte Autos
Oldtimer
Exponate, für Kinder interessant
Begehbare Objekte
Puffing Billy und Rutsche
Exponate und das großzügige Platzangebot rund um die Exponate
Locomotive
Die Eisenbahn und Auto Ausstellung
The cars from Opel.
Autos
Autos der 70er
Die Eisenbahnen
Bestimmte Exponate
Die diversen Ausstellungsstücke
Exponate
Autos und Züge
Altes Autos mit History, und ganze Ausstellung
Die historische Fahrzeuge
Die alten Modelle
Alte Verkehrsmittel, die Ruhe??
Die alten Fahrzeuge
Ausstellungsstücke
Alte Autos
Alle Exponate
Cars
Trains
Die viele Exponate
Old cars
Klassische Autos und Eisenbahnen
Automobile
Die ausgestellten Exponate und die Beschreibungen dazu.
S-Bahn exhibit
Die älteren Modelle der Autos um die 1920 bis 1990 rum
The train section for me, the computer driving for my grandson
Mir gefallen natürlich sehr die historischen ausgestellten Exponate, für mich als Oldtimerfan und Liebhaber natürlich dass non-plus-ultra. Sei es Schienenfahrzeuge, oder Fahrzeuge aus dem Automobilbereich, hier bin ich voll auf meine Kosten gekommen :) !
Ebenso auch historische Lichtanlagen und auch andere längst vergangene Dinge, haben mir nicht nur sehr gefallen, sondern mich auch nachhaltig beeindruckt.
Auto und Züge
Gute Erklärtafeln
Die Autos und Züge und fast and furious 1 poster
Die Exponate und die Vielfalt
Oldtimerfahrzeuge
Die Exponate und deren technische Darstellung. Es ist beeindruckend, wie man früher diese Fahrzeuge und Flugzeuge bauen konnten.
Modellbahn, S-Bahn Simulator
Begehbare Fahrzeuge
Mitmachstationen

Sbahn Simulator
Oldtimer
Dampflok Br S316 ,ICE V, Autos
Fahrradwerkstatt,alte Fahrzeuge
S Bahn Simulator, Züge, Ausstellungsstücke (Tram, Bus, SBahn, Zug), Führerhaus des Lasters
Dampflock mit Erklärungen
Sammlung
Zugausstellung und Autos
Ice
Die ausgestellten Züge
ICE
Ausstellung alter KFZ Fahrzeuge
Auswahl der Exponate, Zustand der Exponate
Ausgestellten Züge
Trabi, ET 420, Dampflok, Busse
Ausstellungsstücke in Originalgröße. Viel Hintergrundwissen wird vermittelt.
Automobile
Originalfahrzeuge
Oldtimer
Züge und alte Autos
Die alten Fahrzeuge
Die Autos
Die großen Ausstellungsstücke
Autos
Exponate und Begleittexte geschichtliche
Die Exponate
Viele Ausstellungsstücke
Variety of motor us general
Die alten Fahrzeuge
Die Automobile von damals
Verschiedenste Ausstellungsstücke, freundliches hilfsbereites Personal
Protos
Die Verkehrsabteilung mit U-Bahn, Bus und Bahn
Autos
Lokomotiven
Die alten Fahrzeuge und Gegenstände
Die großartige Auswahl der Exponate
Die Exponate und die Ausstellung
S bahn Simulator
Die vielfältigen Exponate
Die originalen U Bahn Züge und Busse
Alles rund um die Bahn
Die Züge
Viele Exponate aus dee eigenen Vergangenheit
The trains section and the awareness about the impacts of car accidents and illegal ways of driving
Viele fahrzeuge
Zug und rad
ICE V Triebkopf
ET 420 002
Modell Umschlagterminal Regensburg
Fahrzeuge allgemein
A
Exponate
Automobile Motorräder Züge
Amount of cool Exponate which were saved like it was a long time ago
Mehr offen Exponate
Die Autos
Technik im Wandel der Zeit. Interessante historische Exponate. Lehrreich für Kinder
Die exponate
Der Feuerwehrran
Supra-Gleiter
Supra-Gleiter

Cars
Die Exponate der verschiedenen Epochen bis zur Neuzeit. Die Halle ist mein bisheriger Lieblingsplatz
Modelle bei deren man ins innere sehen kann z.B. Reifen, Lenkrad
Modelbahn und vorführungen
Die Vorführungen und die Sachen die ausgestellt sind
Die alten Fahrzeuge
Die zeitlich sehr breite Aufstellung der Ausstellung und die super Qualität ( Erhaltungszustand ) der Exponate. Auch das z.B. Fahrräder gezeigt werden, finde ich sehr gut.
Großflächige Hallen, gute Übersicht über die Exponate, interessante und genaue geschichtliche Darstellung
Weitläufigkeit und angenehmes Klima, sehr hell und durch die hohen Decken wirkt alles sehr luftig. Der begehbare LKW ist für die Kinder ein Highlight. Sehr schöne Auswahl an Exponenten.
Das Gebäude und die Züge
The interactions and going inside the cars (like the truck, where you can sit)
Anzahl der Ausstellungsstücke, die Ausstücke selbst
Räumlichkeit und Exponate
Übersichtlichkeit und gute Aufteilung, Auch aktuelle Exponate und Themen
Aktuelle Ausstellung Geschwindigkeit Strassenrennen, VU Fahrzeug
I like it is bright and spacious and full of fun vehicles to look at and walk through
Very informative and interesting and moreoveover its a beautiful collection
Atmosphäre, Ausstellungsstücke.
Art der Aufstellung der Ausstellungsobjekte
Weitläufigkeit, gute Übersicht, guter Querschnitt der Exponate
Alle interaktiven Elemente, alle historischen Radl und Bussr
Die bisher gesehenen Austellungen und deren Austellungsstücke
Gute räumliche Aufteilung der Exponate und deren gesamt Anzahl. Nicht zu viel und nicht zu wenig
Es gibt viele Info über die Exponate und man kann von innen die sehen
A lot of space for exhibits and visitors. Interesting objects.
Anschaulichkeit Mechanischer Technik, Blick in andere Zeiten, Motorräder der letzten 60 Jahre
Moderne Ausstellung, anschauliche exponate / und experimente fur kinder

<b>Medien/App/Mediaguide</b>
Viel interessante exsponate unt sehr interesant film über totes reiek
It is not cramped and overwhelming
I also find the audio guide informative

<b>Andere Angebote/Führung/Vortrag/Labor/Show</b>
Die Ausstellungsstücke und der Workshop für Kinder

<b>Lernen/Interesse</b>
The vast history and knowledge that is necessary for the current generation to understand things were not easy in the past but then generations of people ensure betterment what we enjoy today
We can watch various type of transportation machine and learn about history München.

<b>Sonstiges</b>
No it's so close because of subway
There's lots of cool stuff and the building itself is pretty cool
English Translations
Alles
The slide for the kids
Alles ist in Englisch und Deutsch erklärt. Mein Mann spricht nur Englisch. Die displays sind sehr gut und da ist nicht zu viel zum lesen.
Good price
Alles
The history1
Rich and clear
Zeitgeist Dutch die Geschichte
Alles

Everything
Die Rutsche fuer die zKinder
Alles
Sehr gut
Alte Autos , womit ich selbst gefahren bin
erster Firmenwagen vom Vater gesehen (persönliche Erinnerung)
Alte erinnerungen werden wach,
Übersicht
Die Übersicht,
Alt
Neu
Mann exhibits on Display
Location
Mass transit and eco exhibits
Diversität
Nah am geschehen
Alles
Alles
Öffentlicher Verkehr
Die Möglichkeit Technik zu sehen
To enter the exhibitions
Zuerst anschauen
Alles!
Die technik
Gelungen
Interessant
Alles
(English) I really enjoyed the histories of the individual machines given on the caption cards
Sehr gut
Der Fortschritt
Alles
Vieles!
Begleitung
Alles
Mischung machts
The variaty of things and the translation to english
Die autos und züge und fast and furious 1 poster
Wide range of exhibits, even in the first hall. Good descriptions in English
Vielfalt, Erinnerungen an meine Jugend in den 70ger Jahren

### 9.1.2 Gefallen: Negativ (2.5.2)

Kategorie: Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre
The loud children but i guess they're having fun and its part of the experience
The space feels a bit too big for what's inside. Because of that it feels kinda empty.
Its emptiness
Hard to fint the entrance
The main entrance was a bit hard to find.
Smell of oil.
The walkway is not in circle and exit and entrance is a little bit diff to find if there id another exit closer to transportation it would be nice
It's cold
The lack of a more structured visit path
Ëntrance is not marked
Die Wegführung
Kein Parkplatz
Der Kinderlaerm, Aber nicht soo schlimm
luftqualität
Zu wenig klare Führung . Kein standardweg
A little warm (temperature)

Wenig Sitzmöglichkeiten
Wenig Bänke
Keine vorgegebene Route Man geht wege mehrfach ab um zur nächsten Halle zu gelangen
Trockene Luft
Die trockene Luft
Die richtungsweiser der Ausstellung.
Kein Rundgang
The stairs
A bit confusing Layout
Zuviel Kleinstkinder 3-5 Jahren
Air-conditioning ac
A clearer path to follow to make sure we don't miss anything would be helpful
Unklare Routenführung
Das kein Plan vprhanden ist
I did not know how to start my visit
Besucherzahlen
Directions are a little difficult.
Teilweise verwirrende Wegführung;
Dass wir Münzen brauchen, um die Schließfächer zu benutzen
The entrance hall was a bit drab, not super welcoming
Stikige Luft
Man kann vieles nur von außen betrachten
Wenig Pfeile auf Boden für strukturierten Besuch
Schlechte Belüftung
Sehr warm. Wenig Auskunft.
Loud children
Nichts.., nein, IT wasn't clean if there was a Coat room.
The range of vehicles, information as listed above and its a nice light and airy building.
Wenig interaktiv für Kinder. Kinderecke wäre toll

<b>Kategorie: Museum/Betrieb/Service/Café</b>
Das Cafe
I miss a Cafeteria/Restaurant
Der Kaffeeautomat ist kaputt
Das die Auto-Simulation kaputt ist und diese leider nur nach links lenkt und nicht mehr nach rechts
Keine Cafeteria
Most of the didpkayed are closed for trial during the visit
Some of the interactive or demo exhibits were not working.
Das die Modelleisenbahn defekt ist
Es fehlt ein Caffee oder Bistro
The efficiency of ticket purchasing. Staff could've had more than one ticket specialist operating at that moment.
Café
That some of thd trains are closed
Restaurant mit Speiseangebot fehlt
Des es nix zu Essen gibt
Needs water refill/ drinking stations
zum Teil fehlen an Exponaten die Tafeln, oder sind schwer zu finden
Viele interaktive Komponenten außer Betrieb, kaputt
Simulator defekt
Viele Sachen zum Ausprobieren sind nicht in funktion.
Der Empfang (hab kein Rabatt bekommen)
Funktionsfähigkeit der Beleuchtungsattraktionen in Halle 1
Busshaltestelle
Bus haltestelle
Kein Bistro, Vorführung one Erläuterungen
Lack of a water fountain!
No cafe
Kein Cafe
Not enough eating options inside.
Kassenbereich

Kein kiosk
Geschlossene exponate
Habe keinen Museumshop entdeckt, kein Cafe.
Die kaputten Simulatoren und die gesperrte Rutsche
Kein cafe
Not being able to go inside the train operator spots. Also, the simulators were out of order
Viele Exponate kann man nicht hautnah erleben, dabsp sitze gesperrt
Der Bahnsimulator macht erst um 15:30 auf, es ist aber erst 12:20. Wir wollen nicht so lange warten müssen!
Die Rohrpost ist kaputt
Wenig interaktives und wenn dann funktioniert es nicht oder es ist nicht interessant
Der Zustand mancher Exponate ist leider schlecht
Die Simulatoren sind häufig außer Betrieb
Leider gehen die Simulatoren nicht immer. Und in den letzten Jahren kommt man immer weniger in z.B. Züge rein, da diese geschlossen werden. Früher konnte man in deutlich mehr Ausstellungsstücke rein. Natürlich werden diese geschlossen aufgrund der Zerstörung usw.

<b>Kategorie: Ausstellung/Wechselausstellung/Inhalt/Interaktion</b>
Wenig Ausprobier-Möglichkeiten für Kinder
Open flow, and Varieté exhibitions
The Museum is open on a Monday
Zeitlich nicht gegliedert
Schlechte Partizipation der Kinder durch fehlende Angebote
"Technikverehrung" ohne kritische Einordnung (3. Reich, sg. Wirtschaftswunder)
Beschreibungen der Fahrzeuge könnte detaillierter und einheitlicher sein
That some exhibits have limited view inside
Some exhibits are quite brief like bicycle history and its development
Es könnten mehr interaktive Exponate vorhanden sein
Zu wenig interaktiven Möglichkeiten
Vorführungen zu selten
Strukturierung
Die Verteilung der Exponate
Kein Geldwechsel im Café, nur Münzen zur Bezahlung
Die Schienenfahrzeuge stehen sehr verteilt und nicht frei
Not alot of hands on activities
Not being able to touch/go on the exhibits
Maybe more informations would be good
Dass es wenig zum selber testen gibt bzw. zum reinsetzen.
Elektromobilität. Dass man in manche Eisenbahnwaggons nicht einsteigen kann
Kaum bis gar keine wechseausstellung
I would like to sit in the cars
Skiausrüstung, aber da liegt mangelndes Interesse meinerseits vor
Zu gedrängt der verschiedenen Arten der Exponate
Viel zum Lesen (Texte)
Die Modelleisenbahn da sie weder besonders groß noch geteigert ist.
Not many old German cars. I would've liked that being in Munich.
Not so interactive
It would be nice to be able to get inside more of the trains with children .... so more tactile actities for the children would be great
Zu viele Autos
Manche Tafeln lassen sich schwer lesen, aufgrund fehlenden Kontrasts
Dass man viel lesen muss
The museum would be more fun if there were more interactable exhibits.
Layout is somewhat confusing
Leider etwas veraltete Technik wird gezeigt (el. Fahrzeuge, alternative Antriebe,...)
Viel text
The range of vehicles, information as listed above and its a nice light and airy building.
I find some of the descriptions to be a bit complicted or confusing.
Wenig Mitmachstationen
Man kann nicht in den Zügen und Buss rein gehen.
Weniger interaktive Ausstellungsstücke.
Beschriftungen könnten ausführlicher sein

Wenig interaktiv für Kinder. Kinderecke wäre toll
Verkehr und Umwelt
Teilweise mangelhafte Beschilderung von Ausstellungsstücken, beziehungsweise Ausstellungsstücke die ohne Zusammenhang ausgestellt waren (Elektroladesäule)
Es müsste mehr zum Ausprobieren/Testen von einzelnen Ausstellungsstücken vorhanden sein
Not interactive
Mehrere Möglichkeiten für Kinder
The interactive
Wenig zugänglich
Jede Simulation findet nur einmal am Tag statt.
Could not experiment with the maglev prototype
Das nicht in vielen Zügen eingestiegen werden kann.
Mehr Aktionen für Kinder unter drei
Wenig interaktives und wenn dann funktioniert es nicht oder es ist nicht interessant
Zu wenig interaktiv
Große Fülle an Sachen zu sehen, sodass mit weniger Zeit nicht so viel gelesen werden kann
Nur nebeneinander gestellte Exponate ohne benutzerfreundliche Erklärung
Es müsste mehr zum selbst Ausprobieren und bewegliche Modelle geben.
The limited information about the huge impacts on biodiversity and human health
Wenig zum Mitmachen und Anfassen, wenig Texte, die für Kinder verständlich sind.
The logic of the order of the exhibits. It would be better to go from old to new or have all cars with cars and trains with trains etc.
Mit Kind zu wenig interaktive Elemente Kinderangebote haben zu wenig Bezug zum Museumsthema, obwohl Kinder Fahrzeuge lieben Ausstellung wirkt etwas veraltet
Nicht zu allen Exponaten Schilder gefunden
Das man sich nicht in historische Fahrzeuge setzen kann
Ich würde mir mehr Exponate wünschen, die man anfassen und betreten kann z.B. eine begehbare Lokomotive die man auch anfassen kann (vergleichbar mit dem DB Museum in Nürnberg).
Dass nur selten Vorführungen stattfinden und zu wenig selbständig zu bedienende Exponate vorhanden sind
I would enjoy touching things and be involved
Exponate nicht begehbar, wenig zum Anfassen
Kein Bistro, Vorführung ohne Erläuterungen
Stikige Luft
Man kann vieles nur von außen betrachten

<b>Kategorie: Exponate</b>
Exponate
Kutschen
Zugwägen zT noch aktuell und aus dem Alltag bekannt
Gerne mehr Simulatoren
Kurze Simulatorzeiten
Absterrung von Exponaten
Ich würde mir mehr Exponate wünschen, die man anfassen und betreten kann z.B. eine begehbare Lokomotive die man auch anfassen kann (vergleichbar mit dem DB Museum in Nürnberg).
Trains
Die moderne Exponate
Autos
U-Bahn, LKWs
Die Modelleisenbahnvorführung
Not being able to go inside the train operator spots. Also, the simulators were out of order
Elektroautos
Elektroautos
Die vielen Fahrräder (komplett ohne Motorisierung)
Züge
Könnten mehr Eisenbahnen sein, war früher mal mehr.
Motoren
Die neuesten Autos
Zu viele Autos
Die Vorführungen wie z.B. S-Bahn Simulator könnten öfter sein,

S
Bahn
Neue Fahrzeuge
Exponate nicht begehbar , wenig zum Anfassen
Viele Exponate kann man nicht hautnah erleben, dabsp sitze gesperrt
Fahräder 1910 bis 20
Not enough old cars
Fahrräder
Die marke opel
Fahrraeder
Leider darf man nicht in den ICE reinsehen
Kein Zutritt in die Führerstände der Lokomotiven
Der Lkw
Der Zustand mancher Exponate ist leider schlecht
Die Simulatoren sind häufig außer Betrieb
Leider gehen die Simulatoren nicht immer. Und in den letzten Jahren kommt man immer weniger in z.B. Züge rein, da diese geschlossen werden. Früher konnte man in deutlich mehr Ausstellungsstücke rein. Natürlich werden diese geschlossen aufgrund der Zerstörung usw.
Die ganzen Autos und Motorräder
Zu wenig züge
Accessibility inside the large Exponates eg trains.
Elektromobilität. Dass man in manche Eisenbahnwaggons nicht einsteigen kann
Es muesste mehr zum selbst ausprobieren und bewegliche Modelle geben.
Nicht zu allen Exponaten Schilder gefunden

<b>Kategorie: Medien/App/Mediaguide</b>
The path for the audio tour is confusing
Zu geringe Lautstärke an Fragestation zurück Erste-Hilfe
Etwas mehr Multimedia wäre schön.
I would enjoy touching things and be involved
Der Audio Guide ist unkomfortabel
Audioguide nicht einfach in der Handhabung

<b>Kategorie: Andere Angebote/Führung/Vortrag/Labor/Show</b>
Dass nur selten Vorführungen stattfinden und zu wenig selbständig zu bedienende Exponate vorhanden sind
Hinweise auf Führungen sind versteckt
Only two guided tours

<b>Kategorie: Sonstiges</b>
Nothing
Ss
So far so good
Nichts, alles ist gut
Fällt mir Nichts ein
Kann bisher nichts negatives sagen.
Bisher nichts
Nix
Durcheinander
Nichts
Nix
Nix
Fabi
der letzte abteil
Der letzte Abteil
Nothing
Nothing so far.
Berühren verboten
Mir gefiel alles
Nothing
Nichts, alles sehr interese

Nothing so far
Nothing to comment please.
I like everything
Nothing
Nothing
Nichts
Alles super
Nothing in particular, seems good so far
-nichts
Nothing in particular
Nichts.., nein, IT wasn't clean if there was a Coat room.
Nothing
Nichts
Trifft nicht zu
Nothing, everything is good
Announcement was not in english i couldnt understand it
Finde alles interessant
Description available in only two languages
Nichts
Nothing
In Ordnung
Ordnung
Alles gefiel mir
Nothing
Nothing
Nothing
Nothing negative to say!
Some text wasnt translated
Nichts
Alles ist ok.
Nichts
Nothing
Nothing.
No complaints
Rentner keine Ermässigung
Rentner bekommen keine Ermäßigung
The vans and lorries arent as interesting as the cars and carriages
Nichts
Future looking stands such as hybrid, electric and self driving vehicles.
It's hard question
Kein Ausgang am Ende in Halle 3
Die Exponate sind zum Teil zu nah verstellt, so dass sie etwas versteckt wirken. ZB die Grosse Dampflok.
Nothing.. it is all interesting
That there is no section for ships and airplanes.
Nichts
Alles ok
Everything is perfect
Nichts
Nichts
Mir GEFÄLLT ALLES
Nothing
Nothing
Very nice
Maybe more Signals in the Street to get to the museum easily
Weiß noch nicht
Es gibt für mich absolut keinen Kritikpunkt! Ich bin mit allem sehr zufrieden.
Alles war top
An den Magnetschwebedemo vorbei gelaufen.
Nichts
Der Bahnsimulator macht erst um 15:30 auf, es ist aber erst 12:20. Wir wollen nicht so lange warten müssen!
Die Rohrpost ist kaputt
Alles ist top

Man kann zwar in die Züge rein, aber nicht bis zum Führerstand
Mir gefallen alles
Nothing so far
Nothing so far
Alles gut
Man könnte mal was neues ausstellen
Das es kein erkennbares system ist
Das man mit dem Pass für Schulabgänger nicht umsonst rein kommt
Everything is fine
Alles gut
Alles ok
Es gibt so viel zu sehen und ich würde einen ganzen Tag hier verbringen. Nicht wirklich negativ ;)
Alles super
Website info about the museum
Alles gefällt mir bisher
Nichts
Nichts
Es fphlt sich an als ob man einwenig die kalte Schulter bekommt
Kann ich bis jetzt nichts sagen
Alles
Nix
Alles ist sehr sehenswert
Nichts
Keine Defizite festgestellt
Sometimes they are too large to be visited in short time
Kann ich nicht beurteilen, weil ich jedesmal nur eine Abteilung durchforste ich habe eine Jahreskarte.
Keine Klagen
Nichts spezifisches
Nichts
Nothing
Ich weiß nicht
Dass teilweise zwei Vorführungen zur selben Zeit sind, man sich aber beide ansehen möchte
Bin zum 3. Mal hier unbewusste Nichts von fahrsimulatoren
Open flow, and Varieté exhibitions
The Museum is open on a Monday
Die Verteilung der Exponate
Kein Geldwechsel im Café, nur Münzen zur Bezahlung
Sehr warm. Wenig Auskunft.

### 9.1.3 Kommentar

<b>Kategorie: Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre</b>
Halle 1 hat wenig system in der Besucherfuehrung
Mehr Ausschilderung gewünschte. Wusste nicht mal vom Kinderbereich

<b>Kategorie: Museum/Betrieb/Service/Café</b>
Kostenloser Wasserspender
Bistro einrichten, z.B in historischem Eisenbahnwaggon. Mehr Raucherzonen, Zigarette entspannt und lässt Faszinierendes besser revue passieren.
Raucherbereich fehlt bistro oder caffee
Mehr so tolle Museumsangestellte

<b>Kategorie: Ausstellung/Wechselausstellung/Inhalt/Interaktion</b>
Mehr Fahrzeuge zum reinsetzen wären schön
Bessere Lichtbestrahlung von manchen Objekten
Grossartige Ausstellung!

I think given there are fancy museums like BMWWelt in Munich, the Verkehrs museum could have a bit more of authentic German cars. To attract more of the younger crowd more fancier cars/technologies can be updated. I also think bigger trucks without an access inside them doesn't add anything special just takes space.
Historische zusammenhänge zwischen den Ausstellungsstücke sind angenehm, da sie einen besseren Besuch ermöglichen.
Es wäre cool, wenn man in Zukunft öfter in Ausstellungsstücke rein kann. Mehr Simulatoren in Beisein mit einem Mitarbeiter z.B. einen Münchner Bus oder U-Bahn Simulator. Mit dem man alt und jung begeistern kann.
To me, the environmental and climatic impacts of transportation are not thoughtfully emphasised in the museum and more effort and material shall be prepared and exhibited. More importantly, there shall be a relevant synthesis on the impacts and ways and policies to reduce these impacts on biodiversity and people.

<b>Kategorie: Exponate</b>
I liked the practical demonstrations of the different car mechanisms and the quality of the exhibitions in general.
Motorbike Simulator
Needs more trains!
Ich werde definitiv mal sehr gerne wiederkommen. Die älteren Exponate haben mir einfach wahnsinnig gut gefallen.
Gerne würde ich näher an die Exponate rankommen. Auch schön wäre es, die Fahrzeuge von innen besser zu sehen.
Vielleicht mehr Simulatoren

<b>Kategorie: Fragebogen/Befragung</b>
Die Frage nach der Anzahl der Bücher, die man besitzt, ist amüsant.
It is too long...
The questions about the education level are very specific for the German system and can be hard to understand for foreigners. Overall very cool though! I would like to receive a copy of the study when it is finished if possible.
Die Umfrage ist zu lang ;)
Die Umfrage ist sehr lang
Befragung gut, aber etwas lang,!
Teils waren Fragen gegeben auf die ich gerne differenzierte geantwortet hätte, die Möglichkeit hat mir hierzu gefehlt.
Ein Fortschrittsbalken, wäre bei dieser Umfrage wünschenswert

<b>Kategorie: Sonstiges</b>
Ich möchte viele mehr Exponate
Keep the fire burning!
Gibt leider keine Ostfahrzeuge
No
Nothing
Die Simulatoröffnungszeit (S-Bahn) war sehr kurz
Vielen Dank
Ich verstehe den Ansatz nach dem die Ausstellung gemacht ist, für mich ist der aber eher nicht geeignet. Ich habe ein tiefes technikgeschichtliches Interesse. Durch die Platzierung der Exponate fällt es mitunter schwer Details zu begutachten.
Ich finde das Museum großartig! Ich trage nur 20er bis 50er Jahre Kleidung und passe meinen Lebensstil darauf an allerdings teile ich die Werte anderer Menschen von heute
No
War sehr sehr sehenswert
Schuld sind nur die Kritiker
Overall a really cool museum :)
Maybe add an exhibit about boats or watercraft. Were they used to bring goods to Munich via the river? Might be an interesting bit of history. Really beautiful displays.
Schönes umfangreiches Angebot zu besichtigen
Dankeschön
War cool :)
Deutscher Meister sind nur der FC Bayern!!!
Bis jetzt gefällt uns eurer Ausstellung sehr gut, auch wenn wir bis zu dieser Befragung noch nicht alles gesehen haben.
It was a perfect getaway, museums need to be informative and entertaining and I loved it
Macht weiter so schöne Ausstellung
Mein Sohn ist bisschen traurig, weil es gibt nichts von Lamborghini.
Pleasant memories
No

No.
Have nothing else to share
Eine Fußgänger Ausstellung
Bitte Rutsche und Fahrsimulstoren wieder reparieren
Alles gut
Beim nächsten Besuch Viepleicht !
Fun
Bitte nicht zwei gleiche Vorführungen zur selben zeit

## 9.2 Offene Antworten der Follow-Up Befragung

### 9.2.1 Erinnerung 1

<b>Kategorie: Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre</b>
The size and organization of the museum
klare, erkennbare Struktur
The large building space upon entering the first hall
Kinderecke
Huge buildings with many different vehicles.

<b>Kategorie: Museum/Betrieb/Service/Café</b>
Kaffeeautomat war defekt
Viele detaillierte Erklärungen durch Mitarbeiter
Freundlicher Empfang
Sehr freundliche Mitarbeiter, in allen Bereichen
Schnelle Eintrittszeit

<b>Kategorie: Ausstellung/Wechsausstellung/Inhalt/Interaktion</b>
Trying the bicycle with the big wheel
Aktuelle Ausstellung zum Thema Bike-Sharing
Dass das Museums-Inventar sehr übersichtlich und großzügig präsentiert wird
Die Größe der Sammlung
Die Schautafeln zur Ausbreitung des Postwesens
An die Ausstellung der Züge
The children friendly nature of the exhibits
Fahrschulprüfung
Not as kid-friendly as I hoped
Variety of exhibits

<b>Kategorie: Exponate</b>
Antique cars
Autos aus meiner Jugend
VW MK1 GOLF GTI
I remember the old metros that can be visited on the inside.
Autos der 50 und 60er Jaher
Die Schienenfahrzeuge, insbesondere die Halle mit der S3/6
Oldtimer Fahrzeuge
Bahnen & Strassenbahnen
Modell Eisenbahnvorführung
Halbe Lok
S-Bahn-Simulator
Exponate
S-Bahn-Simulator

Ausstellungsstücke
Exponate
Ausstellungsstücke
Motorrad
S Bahn Simulator
Ich kann mich immer an alten Fahrzeugen, egal ob PKW, LKW, Motorrad, Straßenbahn usw. erfreuen!
An die Ubahn
The historical cars
Autos
Werkstatt
Schwebebahn
Porsche 911
Trains
Dampflok-Vorführung
U Bahn
ice-s
Große Diesellok
Oldtimer

<b>Kategorie: Fragebogen/Befragung</b>
Wir wurden gefragt an einer Umfrage teilzunehmen
Befragung :) (Jahreskartenbesitzer, also öfter da)

<b>Kategorie: Sonstiges</b>
Es waren viele Fahrzeuge von meiner Kindheit zu sehen
Kaufte mir ein Jahresabo und besuchte Flugwerft und Verkehrsmuseum. Museumsinsel war einige Tage geschlossen. War extra für den Besuch eine Woche in München.

### 9.2.2 Erinnerung 2

<b>Kategorie: Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre</b>
die atmosphaere war sehr ruhig (an oasis of calm)
Sehr gut ausgeschildert

<b>Kategorie: Museum/Betrieb/Service/Café</b>
Freundliches Personal

<b>Kategorie: Ausstellung/Wechselausstellung/Inhalt/Interaktion</b>
The modern and "relatable" content
Looking at how different types of engines work
ICE / Steam engine exhibit
I remember the practical area where you learn how different vehicle parts work.
Intressanter Mix im Museum
Die Art und Weise wie die Exponate arrangiert sind - persönlich empfinde ich das als eher etwas schwierig. der soziale Aspekt des Verkehrswesens gewinnt gegenüber dem technikgeschichtlichen Aspekt enorm, für mich persönlich ein Übergewicht das ich als unangenehm empfinde - ich empfinde die Dauerausstellung als "unsortiert"
gut lesbare, informative Beschriftungen
Kinderbereich - Wandmagnetspiel
The number of vehicles on display and the varied types
Kinderbereich
Erklärungen
Große Ausstellung - viele Objekte
An die Ausstellung der früheren Automobile
The ability to interact with the exhibits
Tolle Ausstellungsstücke
Liked the element with the traffic light

An die Ausstellung „Raser“
Working Underground
Kinderfahrzeug-Ausstellung
Many interesting things to see.
Sicherheit im Straßenverkehr

<b>Kategorie: Exponate</b>
Trains
Innenraum des Lasters
Historische Fahrradwerkstatt aus meinem Heimatstadtteil
Die riesige Dampflok
E Mobilität Räder etc...
Vielfalt der Exponate
Die Straßenbahnwaggons
Straßenbahn
Unfallfahrzeuge
Exponate
BMW Isetta
The trains
Eisenbahn
Ice
Alte fahrzeuge
Mercedes Benz race car
modellbahnen
Elektrofahrzeug aus 1920

<b>Kategorie: Andere Angebote</b>
Führungen
Wir haben uns die Model-Eisenbahn Show angeschaut

<b>Kategorie: Fragebogen/Befragung</b>
Befragung von "Bildung im Museum"
Umfrage
Kinderbeschäftigung während der Befragung (Strecke malen für autonome Fahrzeuge)

<b>Kategorie: Sonstiges</b>
RhB Krokodile
Ich war danach noch auf der Museumsinsel im Hauptmuseum. Ich war verblüfft dass die verschiedenen Antriebsmethoden dort sehr detailliert präsentiert wurden - im Verkehrsmuseum dagegen eher wenig.
Zeit mit Freunden
dass es dennoch Lücken bei den Exponaten gibt
Auto
English in most (but not all) exhibits
Mein Enkelsohn (16 Jahre alt) hat mich begleitet und auch sehr großes Interesse gezeigt. Was mich wiederum sehr gefreut hat.

### 9.2.3 Erinnerung 3

<b>Kategorie: Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre</b>
Das Museum war nicht zu gross
Das Gebäude ist hell und angenehm - ich habe aber eine Museumsgastronomie vermisst - oder vll auch nicht bewusst wahrgenommen. Hier wäre z.B. ein ausrangierter Speisewagen ganz hervorragend geeignet.
Geographische Lage
lange Wege von Halle 1 zu Halle 3 und kein Rundgang
Eingangshalle

Kategorie: Museum/Betrieb/Service/Café
Vereinzelte fehlende Beschreibungen/Namen bei den Exponaten
keine Möglichkeit zur Einnahme von warmen Speisen (fehlendes Restaurant)
Nette Mitarbeiter
Der defekte Fahrsimulator

Kategorie: Ausstellung/Wechsausstellung/Inhalt/Interaktion
Public transport
The last hall 3 seemed unfinished and a bit unorganised compared to the others
An die Ausstellung der Entwicklung des Skisports
Ausstellung zum Thema Raser
The large variety of the exhibits
Tolle Mutmachaktionen, z. B. die Kutsche, das Hochrad
Dokumentation
Kutsche fahren
Liked that most of the exhibits were not "restored" but in their found or collected condition
Bahn Verkehr
Kinderspielbereich
Kinderbereich

Kategorie: Exponate
Looking at the maglev
Stainless steel Porsche 911
I remember the miniature train set which was fascinating to see.
Technische Modelle Auto-Antriebe
Oldtimer
U bahnen
Lkw
Die Lokomotiven
Stopperschwellen
Schienefahrzeuge
Bahnsimulator
Modelleisenbahn
Busse
Ich habe erstaunlich viele Fahrräder gesehen
Steam trains
Cars
e bremsen am ice
Dampflok

Kategorie: Andere Angebote
The guided tour

Kategorie: Fragebogen/Befragung
Umfrage
Befragung
Found out about some offers (like carriage simulator) only through the survey

Kategorie: Sonstiges
Peitsche zum vertreiben von streikenden Hunden
Ausstellungsstücke nach Corona wieder "zugänglicher"
Den Kinderspielplatz
Gute Informationen auf der Website zur Vorbereitung
Zukunft
Wir hatten alle beide einen schönen Nachmittag und viele interessante Dinge entdeckt.
Arrived too late to comfortably see everything, had to finish the visit in a hurry as the museum closed down.

## 9.2.4 Kommentar

### Kategorie: Architektur/Gebäude/Orientierung/Sitzmöglichkeiten/Atmosphäre

I had difficulty finding the hands on exhibits - i was not aware of many of them until I took the survey and it asked me about them. Perhaps I visual map that specifically shows where they are located and better signage. Overall I loved the museum exhibits and learned alot about how transportation has advanced and changed over a long period of time. The whole collection viewed in total was thought provoking. Once of the things I appreciated to the Deutsches Museum is that it wasn't so huge and reasoable to view all in one visit. I've visiting the Deutsches Museum in the past and perhaps there could be an admission scheme whee you could visit just a part of the musuem in a visit or a timew limited ticket. Sometimes I don't want to go and buy an all day ticket when I only want to spend and hour or two (sort of like ski tickets).

Tolles Museum, Zeitgeschichte die ich meinem Sohn vermitteln konnte.

### Kategorie: Ausstellung/Wechselausstellung/Inhalt/Interaktion

Wie bereits bei den Erinnerungen geschrieben wirkt für mich die Ausstellung des Verkehrsmuseums sehr stark am sozialen Aspekt orientiert, die Exponate sind nicht nach zeitlicher Zusammengehörigkeit organisiert, für Besucher die im Rahmen der technikgeschichtlichen Entwicklung etwas neues erfahren wollen macht die Anordnung das sehr schwierig, da es keine optischen oder leicht zu erkennenden sonstigen Hinweise auf die zeitliche Einordnung und eventuelle bahnbrechende Neuerungen der Exponate gibt. Natürlich gibt es viele Besuchergruppen die solches vertieftes Wissen nicht interessiert, es gibt aber sicher genauso viele die sich dafür interessieren, und in meinen Augen kommen die hier deutlich zu kurz. Vielleicht wäre eine Farbliche Kennzeichnung diverser Epochen geeignet? oder zweigeteilte Beschriftungen die etwas mehr über die historische einordnung informieren.

Ich war positiv überrascht, dass es die „Stolperschwellen“ in der Ausstellung gab. Jedoch bin ich enttäuscht, über den Ausstellungsort, da ich denke, dieses Mahnmal sollte nicht in einem Museum „verstauben“, sondern muss in den Blickpunkt der Öffentlichkeit rücken. Außerdem ist es m.E. zu wenig kommentiert, um die Verantwortung der Reichsbahn zu beleuchten. Eine erstes Ausstellung zu diesem Thema wurde ich sehr begrüßen.

This visit was one of nostalgia. Approximately 40 years ago I brought my son and daughter to the museum. They ran around like crazy pulling every lever, pushing every button and turning every knob. At the time I thought they had a good time but didn't learn much. I noticed however a new sense of curiosity as they grew up. My son is now an engineer for Microsoft and my daughter loves wood working as a hobby. I feel that visit was the spark that started it all. The ability for young children to interact with the exhibit is fantastic. As I walked around and saw youngsters interact with the exhibits I could picture my kids as they did the same things those many years ago. Thanks for the memories.

### Kategorie: Exponate

Es war eine Reise in die Verkehrvergangenheit meiner Jugend. Meiner amerikanischen Frau ein Gogomobil und eine Isetta zeigen zu können "priceless"

### Kategorie: Andere Angebote

Führungen für Kinder, bei der Menge an Ausstellungen ist es schwer das für die Kinder interessante heraus zu filtern

### Kategorie: Lernen/Interesse

Den Besuch im Deutschen Museum in München habe ich von meiner Tochter und Enkelsohn zu meinem 70. Geburtstag im März geschenkt bekommen. Es war ein lang gehegter Wunsch von mir.

Ich habe mit meinem Enkelsohn einen schönen Nachmittag im Museum verbracht, während meine Ehefrau und Tochter in München einen Stadtbummel gemacht haben.

Wir haben allerhand entdeckt, was neu für uns war. Ich konnte auf Grund meines Alters meinem Enkel einiges erklären und zeigen. Genauso habe ich auch von dem technischen Verständnis meines Enkelsohnes das eine oder andere dazu gelernt. So konnte einer vom anderen dazu lernen. Wir haben die Zeit gut genutzt. Waren beide total begeistert.

### Kategorie: Fragebogen/Befragung

Die Befragung im Verkehrszentrum war etwas (zu) lang.

Die Umfragen sowohl vor Ort als auch jetzt sind viel zu lang!!!! Viel zu detailliert. Da mag man irgendwann nicht mehr

Thank you for an interesting visit, and also an interesting questionnaire!

Ich würde mich für die Ergebnisse der Studie interessieren. Gerne nehme ich an der Verlosung teil, da ich für dieses Jahr eine Jahreskarte besitze, wäre eine Tageskarte allerdings nicht relevant.

**Kategorie: Sonstiges**

Bei Themen die noch in der technischen Entwicklung sind sollten die Ausstellungsbereiche in kürzeren Abständen aktualisiert werden. Im konkreten Fall ging es um erneuerbare Energie und Mobilität. Dieser Bereich war aufgrund des schnellen Fortschritts in vielen Bereichen komplett veraltet. Hier wäre aus meiner Sicht spätestens alle zwei bis drei Jahre eine Aktualisierung erforderlich um die Besucher über den aktuellen Stand zu informieren.

Es wäre schön, wenn man praktische Anwendungen (Flugsimulation, U-Bahn Simulator) auch spontan ausprobieren könnte. Personal zur Anleitung ist ja sicher verfügbar, geliefert?!

Thank you??