

Museum Folkwang

Neue Zielgruppen und Verdopplung der Besuchszahlen im Museum Folkwang: Besucheranalyse 2017 bestätigt Erfolg des freien Eintritts

Essen, 23.10.2017 – Eine repräsentative Besucherbefragung des Museum Folkwang bestätigt den nachhaltigen Erfolg des freien Eintritts in die ständige Sammlung. Ziel der wissenschaftlichen Studie war es, die Auswirkungen des Projekts auf die Besucherstruktur und das Besuchsverhalten zu untersuchen. Der freie Eintritt führte zu einer Verdopplung der Besuchszahlen in der Sammlung.

Die Studie wurde im Frühsommer 2017 durchgeführt und bestätigt vor allem die Erschließung von neuen, jüngeren Zielgruppen. 31 % der Besucher (ohne Kinder und Jugendliche) sind zwischen 16 und 49 Jahren alt. Die Untersuchung zeigt, dass die Einführung des freien Eintritts insbesondere für die jüngeren Besucher zum ausschlaggebenden Grund geworden ist, das Museum zu besuchen: 46 % der 16- bis 34-Jährigen kommen ausschließlich wegen des freien Eintritts ins Museum Folkwang. Bezogen auf alle Besucher der ständigen Sammlung war der freie Eintritt für 49 % entscheidender Faktor für den Museumsbesuch.

Die Zahl der Erstbesucher ist hoch: 27 % besuchten das Museum Folkwang zum ersten Mal.

In allen demographischen Gruppen konnten Zuwächse erzielt werden; bei den jüngeren Besuchern um 87 % (16 bis 34 Jahre), im Segment der Besucher mit schwächeren Bildungsabschlüssen um 22 %. Unter den Essenern konnte ein deutliches Plus von 30 % an Besuchern generiert werden.

Eines der Ziele bei Einführung des freien Eintritts bestand darin, das Stammpublikum zu erweitern. Die Studie zeigt deutlich, dass dies gelungen ist und zu einer Bindung an das Museum Folkwang geführt hat. Durchschnittlich 2,4 Mal pro Jahr kommt der Besucher ins Museum Folkwang – verkürzt dabei aber deutlich seine Verweildauer. 14 % sind „Schnupperbesucher“ und bleiben unter einer Stunde im Museum Folkwang. Die Besuchshäufigkeit hat sich nach dem freien Eintritt insbesondere unter der jungen Besuchergruppe von 16 bis 34 Jahren gesteigert. 48 % geben hier an, häufiger zu kommen.

Mehr als jeder zweite Befragte fühlt sich durch den freien Eintritt stärker mit dem Museum verbunden. Das gilt insbesondere für die jüngeren Besucher (über 80 % Zustimmung, ältere Besucher

Museum Folkwang

nur ca. 40 %). 44 % der Besucher gaben an, durch den freien Eintritt eine stärkere Beziehung zur Kunst zu entwickeln (darunter junge Besucher mit 64 % Zustimmung, Senioren nur mit einer Minderheit von 33 % Zustimmung).

Die ständige Sammlung des Museum Folkwang verzeichnet im unterjährigen Vergleich (19.06.2016 – 18.06.2017) mit 81.451 Besuchen auch zwei Jahre nach Einführung des freien Eintritts doppelt so viele Besuche wie vor der Einführung (Vergleichszeitraum 2014 /2015: 43.315).

Jeder fünfte Besucher kommt aus Essen (21 %). Weitere 31 % kommen aus der Region (bis 50 km), 48 % sind überregionale Besucher, davon 3 % aus dem Ausland kommend.

„Der freie Eintritt in die Sammlung zeigt nachhaltigen Erfolg“, sagt Direktor Tobia Bezzola. „Die Besuchszahlen in der Sammlung sind hoch, es bildet sich wieder ein größeres Stammpublikum, und die traditionell schwieriger zu begeisternden Zielgruppen fühlen sich angesprochen. Wir sind auf einem sehr guten Weg, Kunst tatsächlich als Normalität im Alltagsleben vieler Menschen zu verankern.“

„Das Experiment ‚freier Eintritt‘ verläuft offensichtlich positiv“, so Ursula Gather, Kuratoriumsvorsitzende der Alfried Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung. Die Krupp-Stiftung ermöglicht mit einer Förderung von 1 Mio. € seit Mai 2015 für die Dauer von fünf Jahren den freien Eintritt in die ständige Sammlung des Museums. „Das Museum hat den vergangenen zwei Jahren kreative Ideen entwickelt, um das Haus für alle Bürger attraktiver zu machen“, sagte sie. Sie wünsche sich, dass das Museum diese Arbeit konsequent weiterführe.

Die Studie wurde im Frühsommer 2017 von Prof. Dr. Tibor Kliment vom Studiengang Medienwirtschaft der Rheinischen Fachhochschule Köln durchgeführt. „Der freie Eintritt hat zusätzliche Besucher in das Museum Folkwang gebracht und vorhandene Besucher stärker gebunden. Der damit gewonnene Einzug eines museumsferneren Publikums ins Museum ist zusätzlich bemerkenswert“, so Professor Kliment.