

The logo features the words 'Für Natur' in a large, black, cursive script. To the right, the words 'MUSEUM FÜR' and 'NATURKUNDE' are stacked in a bold, black, sans-serif font, with 'BERLIN' centered below them. Several smaller, light green, handwritten-style words are scattered around the main text, including 'FÜR NATURE', 'Natur', 'Natur', 'NATUR', and 'NATUR'.

**MUSEUM FÜR
NATURKUNDE
BERLIN**



Museum analog und digital komplementär denken – Besucherstrukturen am Beispiel des Museums für Naturkunde

Eckdaten empirische Studie

Eckdaten der Online-Befragung

- › Zeitraum: 26. Mai bis 22. August 2021
- › Anzahl der Interviews: $n = 200$

Eckdaten der analogen Befragung

- › Zeitraum: 06. bis 25. Juli und 10. bis 21. August
- › Anzahl der Interviews: $n = 690$



Ziele

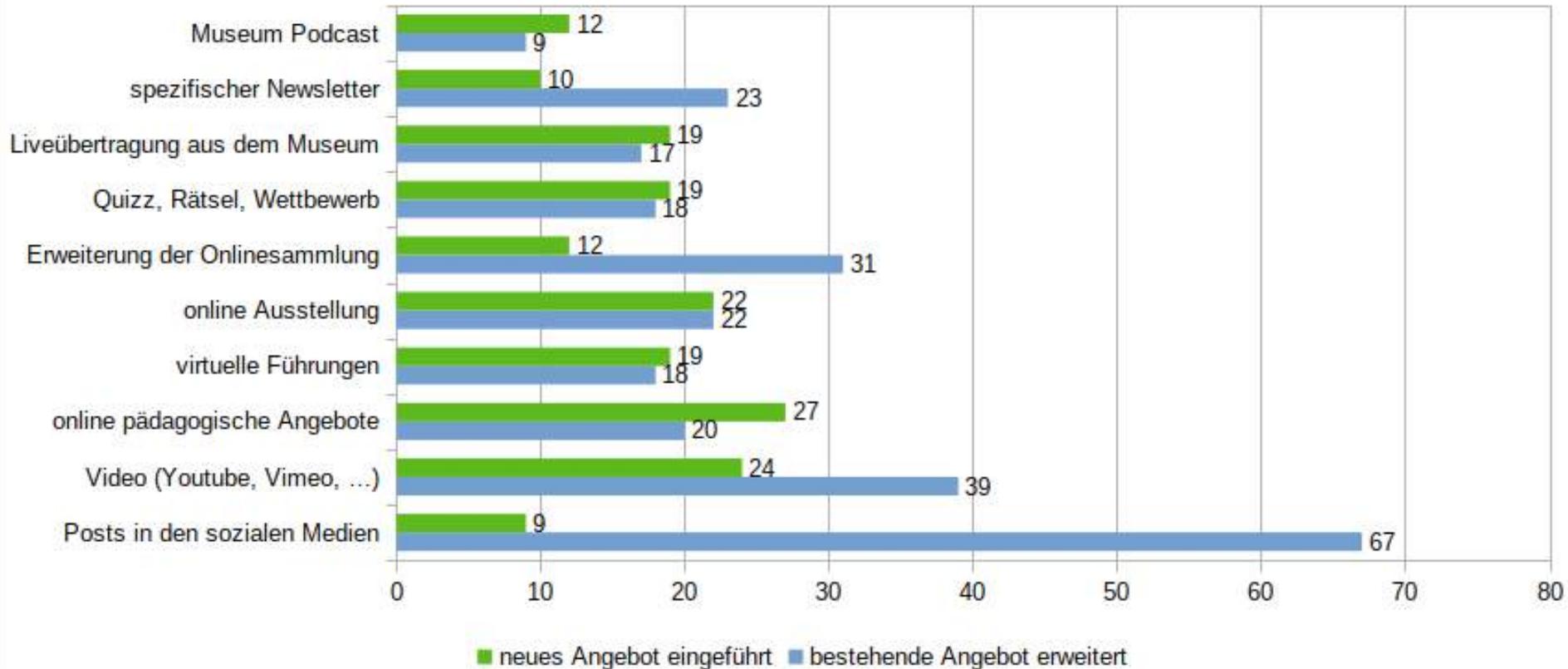


1. Erfassung Struktur und Charakteristiken des digitalen Publikums
2. Motivation der Nutzung und der Bewertung der digitalen Angebote
3. Einstellungen des digitalen Publikum gegenüber analogen Angeboten
4. Einstellungen des analogen Publikum gegenüber digitalen Angeboten

Bedeutungszuwachs digitaler Angebote

Digitaler Schub in der Corona-Zeit

Anstieg digitaler Angebote während der Pandemie



Quelle: Network of European Museums Organisations (NEMO)

Definition digitale:r Besucher:in

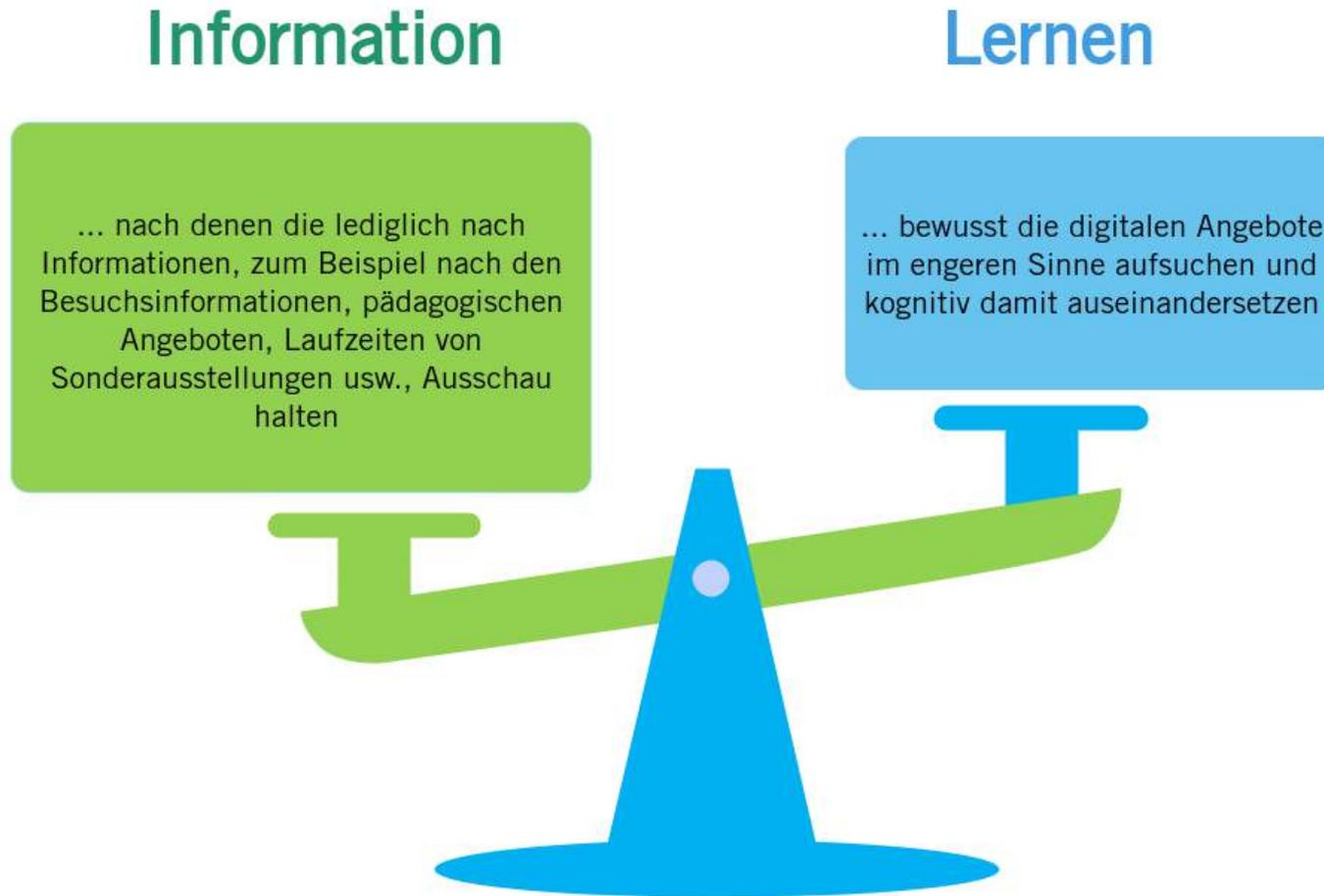
*„Wer über einen längeren Zeitraum mit den digitalen Angeboten interagiert, sich kognitiv mit unserem Content auseinandersetzt.“ **

So gefasst müssten auch digitale Angebote im weiteren und im engeren Sinne unterschieden werden. Ebenso ist nach digitalen Besuchen und digitalen Besucher:innen zu unterscheiden.

*ARGE Digitales Museum Österreich

Unterscheidung

Information und Lernen



Im realen Leben ist eine analytische Unterscheidung in vielerlei Fällen kaum zu identifizieren, da Internetnutzung oft erratisch ist.



Digitale Angebote MfN

Digitale Angebote MfN - Website

https://www.museumfuernaturkunde.berlin/de/museum/fuernatur-digital

MUSEUM WISSENSCHAFT ZUKUNFT ÜBER UNS

#fürNatur digital

DIGITAL für Natur

Live-Formate

Aktuelle Online-Events und Livestreams finden Sie in unserem [Veranstaltungskalender](#). Auf [Instagram](#), [Twitter](#), [Facebook](#) und auf [TikTok](#) erfahren Sie außerdem laufend Neues aus Ausstellung, Sammlung und Forschung am Museum.

f t

Podcasts

Beats & Bones

Lauschen Sie dem Beat der Wissenschaft! Im [Podcast Beats & Bones](#) öffnen wir Türen unserer Sammlung und Forschungslabore, die sonst verschlossen sind. Expertinnen und Experten sprechen von der Biene bis zum *Tyrannosaurus rex* über alles aus dem Reich der Natur.

Wie präpariert man Säugetiere? Wie digitalisiert man 15 Millionen Insekten? Livestreams [auf Instagram](#) vertiefen den Podcast in der Regel montags um 19 Uhr. Aufzeichnungen finden Sie auch [auf YouTube](#).

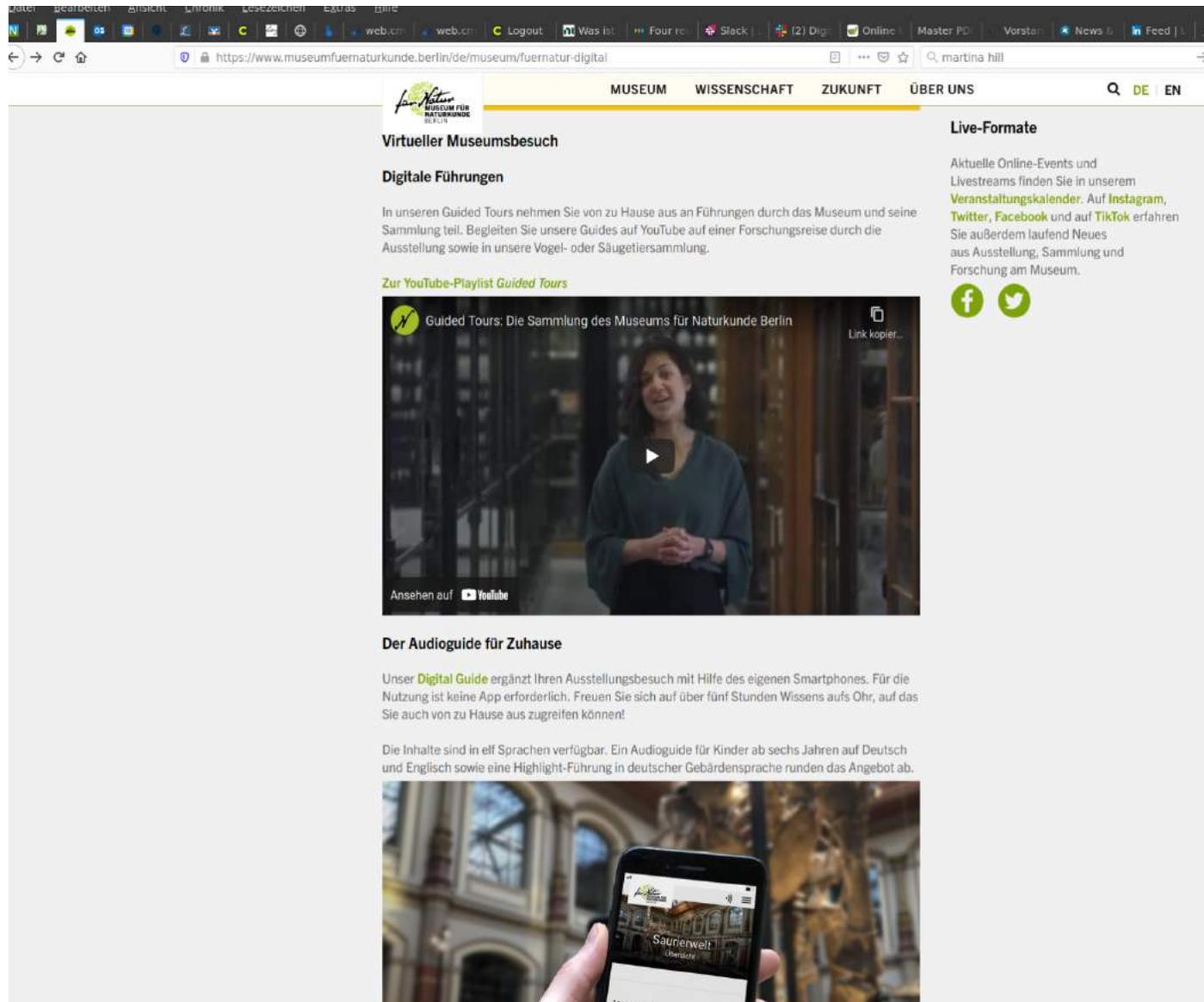
Beats & Bones: Der Podcast aus dem Museum für Naturkunde Berlin

Link kopieren...

Digitale Besucher:innen im Fokus

Museum für Naturkunde Berlin | Leibniz-Institut für Evolutions- und Biodiversitätsforschung | FB3 | Besucherforschung | Volker Schönert

Digitale Angebote MfN - Führungen



The screenshot shows the website of the Museum für Naturkunde Berlin. The navigation bar includes 'MUSEUM', 'WISSENSCHAFT', 'ZUKUNFT', and 'ÜBER UNS'. The main content area is titled 'Virtueller Museumsbesuch' and 'Digitale Führungen'. It features a video player for 'Guided Tours: Die Sammlung des Museums für Naturkunde Berlin' and a section for 'Der Audloguide für Zuhause'. The website also has social media icons for Facebook and Twitter, and a search bar.

MUSEUM WISSENSCHAFT ZUKUNFT ÜBER UNS DE EN

Virtueller Museumsbesuch

Digitale Führungen

In unseren Guided Tours nehmen Sie von zu Hause aus an Führungen durch das Museum und seine Sammlung teil. Begleiten Sie unsere Guides auf YouTube auf einer Forschungsreise durch die Ausstellung sowie in unsere Vogel- oder Säugetiersammlung.

[Zur YouTube-Playlist Guided Tours](#)

Guided Tours: Die Sammlung des Museums für Naturkunde Berlin [Link kopier...](#)

Ansehen auf [YouTube](#)

Live-Formate

Aktuelle Online-Events und Livestreams finden Sie in unserem [Veranstaltungskalender](#). Auf [Instagram](#), [Twitter](#), [Facebook](#) und auf [TikTok](#) erfahren Sie außerdem laufend Neues aus Ausstellung, Sammlung und Forschung am Museum.

[f](#) [t](#)

Der Audloguide für Zuhause

Unser [Digital Guide](#) ergänzt Ihren Ausstellungsbesuch mit Hilfe des eigenen Smartphones. Für die Nutzung ist keine App erforderlich. Freuen Sie sich auf über fünf Stunden Wissens aufs Ohr, auf das Sie auch von zu Hause aus zugreifen können!

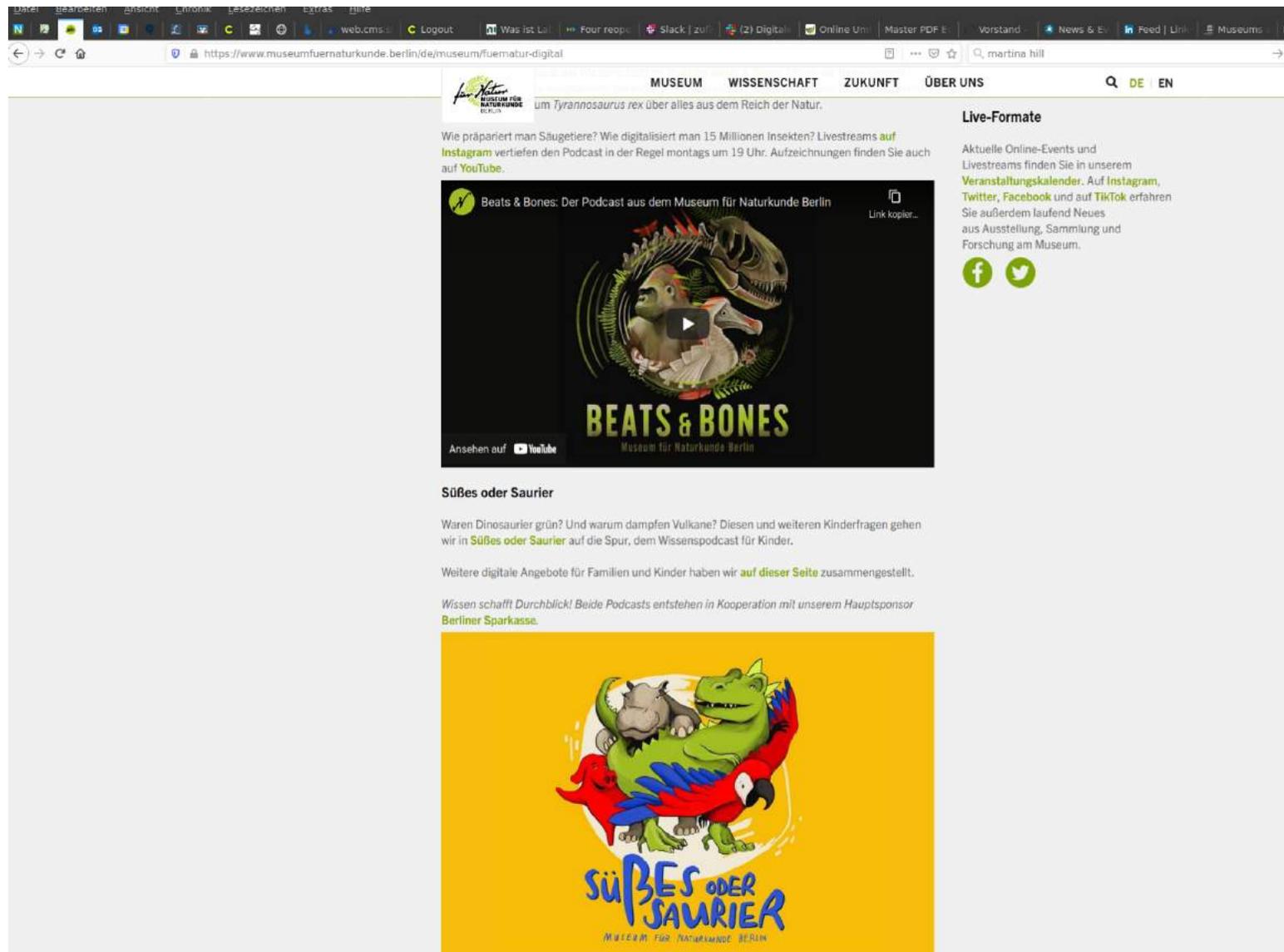
Die Inhalte sind in elf Sprachen verfügbar. Ein Audioguide für Kinder ab sechs Jahren auf Deutsch und Englisch sowie eine Highlight-Führung in deutscher Gebärdensprache runden das Angebot ab.



Digitale Besucher:innen im Fokus

Museum für Naturkunde Berlin | Leibniz-Institut für Evolutions- und Biodiversitätsforschung | FB3 | Besucherforschung | Volker Schönert

Digitale Angebote MfN - Podcasts



The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.museumfuernaturkunde.berlin/de/museum/fuematur-digital>. The page features a navigation bar with 'MUSEUM', 'WISSENSCHAFT', 'ZUKUNFT', and 'ÜBER UNS'. The main content area is titled 'um Tyrannosaurus rex über alles aus dem Reich der Natur.' and includes a text block about digitalizing 15 million insects. A central video player displays a thumbnail for 'Beats & Bones: Der Podcast aus dem Museum für Naturkunde Berlin'. To the right, a 'Live-Formate' section lists online events and social media links for Facebook and Twitter. Below this, a section titled 'Süßes oder Saurier' discusses children's questions about dinosaurs and provides a link to a family-oriented page. At the bottom, a colorful illustration of a dinosaur, a parrot, and a rhinoceros is shown with the text 'SÜßES ODER SAURIER' and 'MUSEUM FÜR NATURKUNDE BERLIN'.

MUSEUM WISSENSCHAFT ZUKUNFT ÜBER UNS

um Tyrannosaurus rex über alles aus dem Reich der Natur.

Wie präpariert man Säugetiere? Wie digitalisiert man 15 Millionen Insekten? Livestreams [auf Instagram](#) vertiefen den Podcast in der Regel montags um 19 Uhr. Aufzeichnungen finden Sie auch [auf YouTube](#).

Beats & Bones: Der Podcast aus dem Museum für Naturkunde Berlin

Link kopieren...

Live-Formate

Aktuelle Online-Events und Livestreams finden Sie in unserem [Veranstaltungskalender](#). Auf [Instagram](#), [Twitter](#), [Facebook](#) und auf [TikTok](#) erfahren Sie außerdem laufend Neues aus Ausstellung, Sammlung und Forschung am Museum.

f t

Süßes oder Saurier

Waren Dinosaurier grün? Und warum dampfen Vulkane? Diesen und weiteren Kinderfragen gehen wir in [Süßes oder Saurier](#) auf die Spur, dem Wissenspodcast für Kinder.

Weitere digitale Angebote für Familien und Kinder haben wir [auf dieser Seite](#) zusammengestellt.

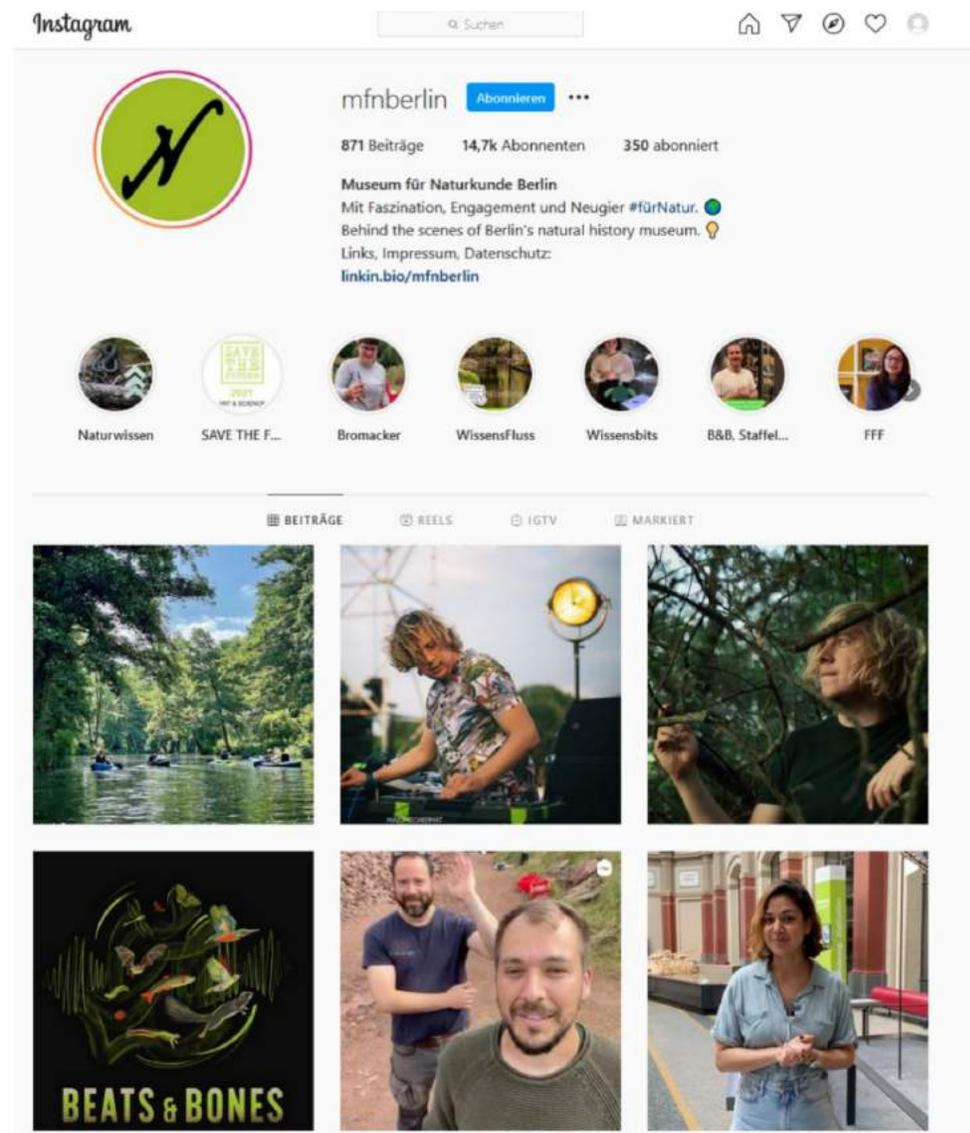
Wissen schafft Durchblick! Beide Podcasts entstehen in Kooperation mit unserem Hauptsponsor [Berliner Sparkasse](#).

SÜßES ODER SAURIER
MUSEUM FÜR NATURKUNDE BERLIN

Digitale Besucher:innen im Fokus

Museum für Naturkunde Berlin | Leibniz-Institut für Evolutions- und Biodiversitätsforschung | FB3 | Besucherforschung | Volker Schönert

Social Media



Digitale Besucher:innen im Fokus

Museum für Naturkunde Berlin | Leibniz-Institut für Evolutions- und Biodiversitätsforschung | FB3 | Besucherforschung | Volker Schönert

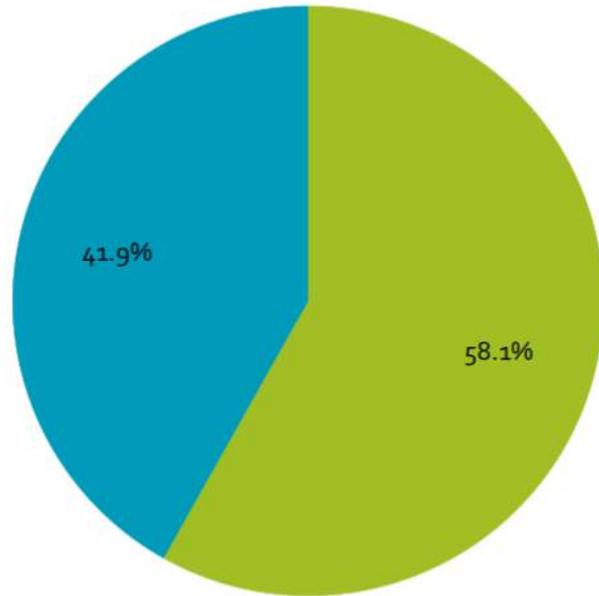


Publikumsstruktur

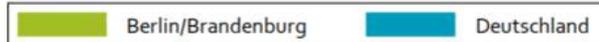
Wohnort

Wohnort: regional-national-international | Sommer 2021

MfN Online-Befragung digitale Angebote



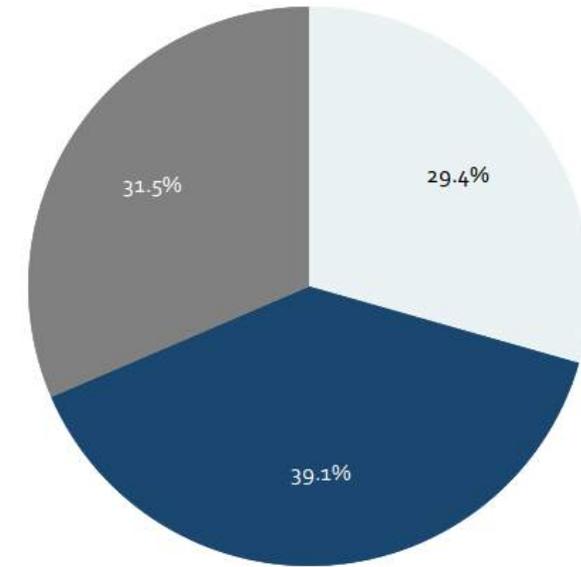
n = 129



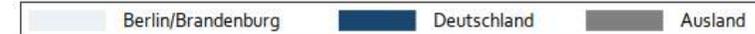
Erhebungszeit Juni und Juli 2021
MfN, FB3, Besucherforschung

Wohnort: regional-national-international

MfN Besucherprofilbefragung 2018-19



n = 2.927



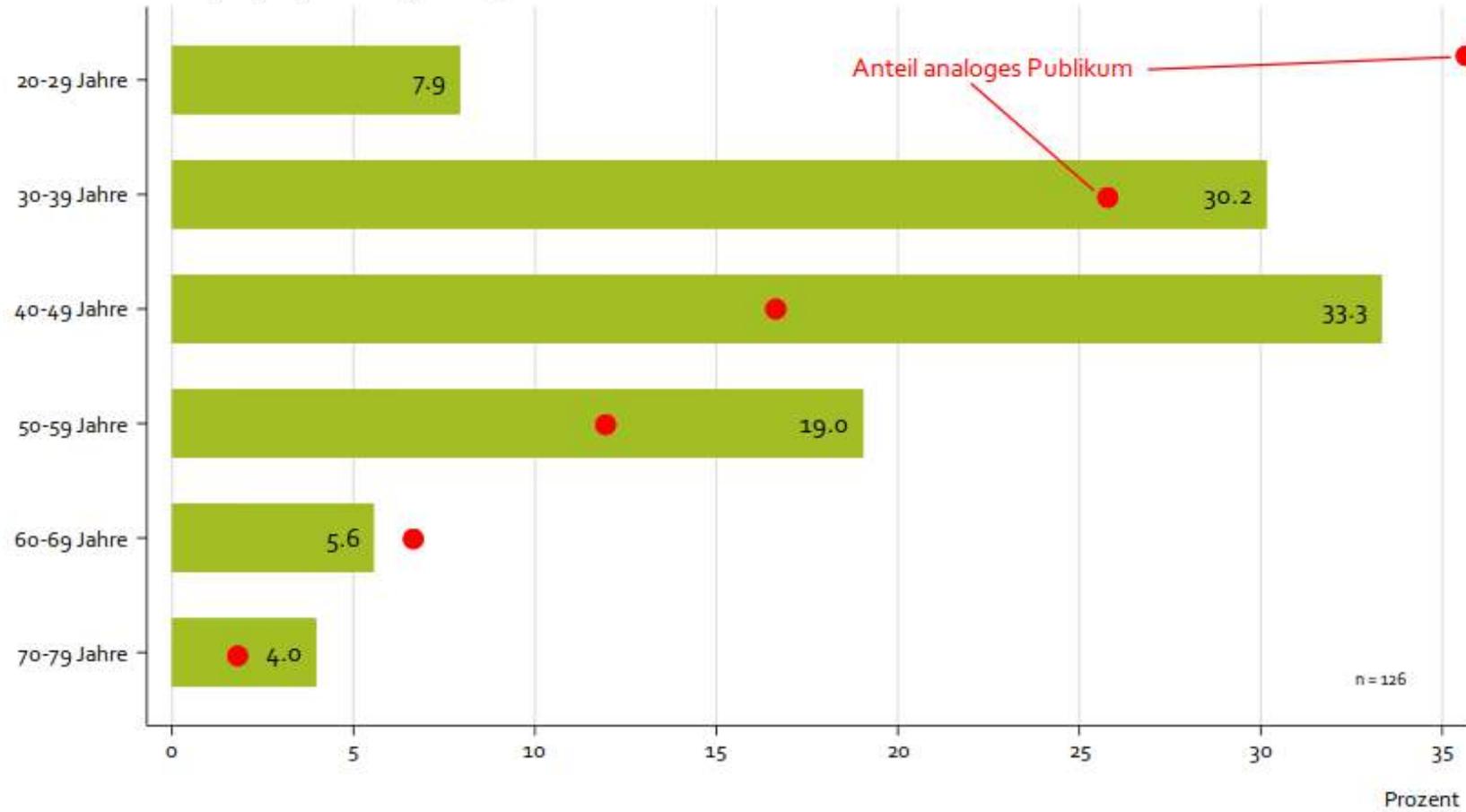
Erhebungswellen: Okt18, Dez18, Feb19, April/Mai19, Juli19, Sep19

MfN, FB4, Besucherforschung

Alter

Altersgruppen

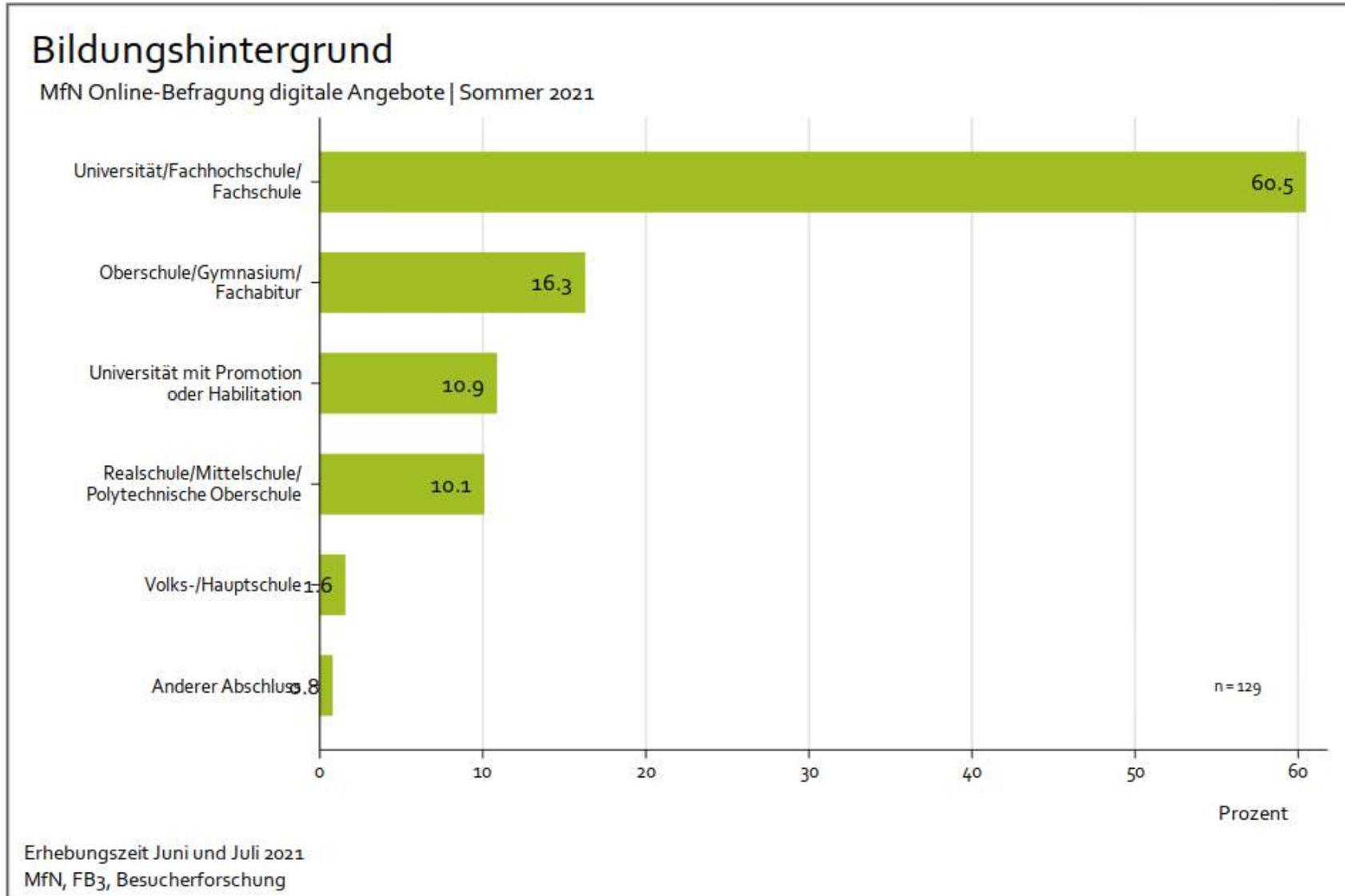
MfN Online-Befragung digitale Angebote | Sommer 2021



Erhebungszeit Juni und Juli 2021

MfN, FB3, Besucherforschung

Bildungshintergrund



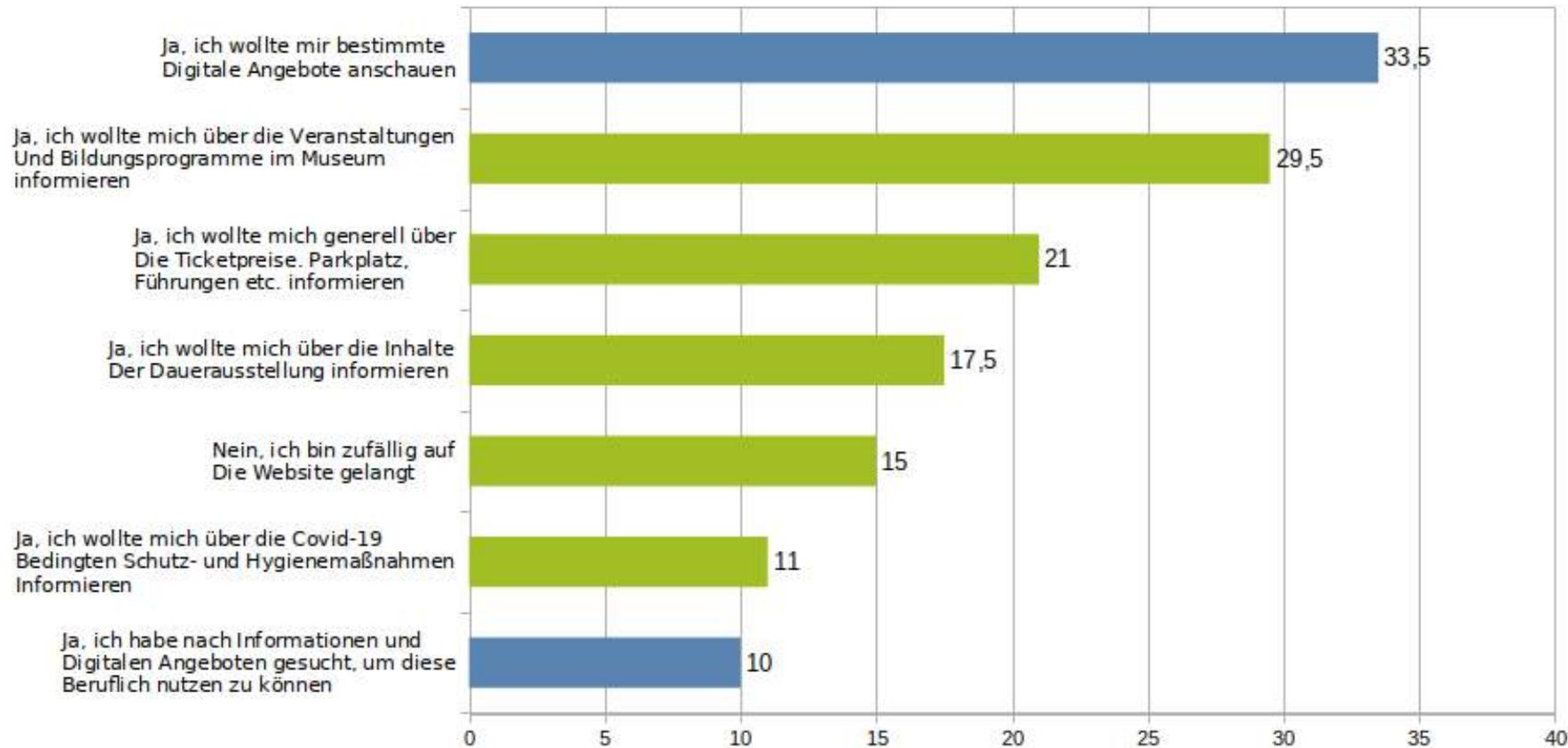


Motivation Nutzung digitale Angebote

Motive Nutzung digitale Angebote

Motive Besuch der digitale Angebote MfN

MfN Online-Befragung digitale Angebote | Sommer 2021



Erhebungszeit Juni und Juli 2021

n = 200

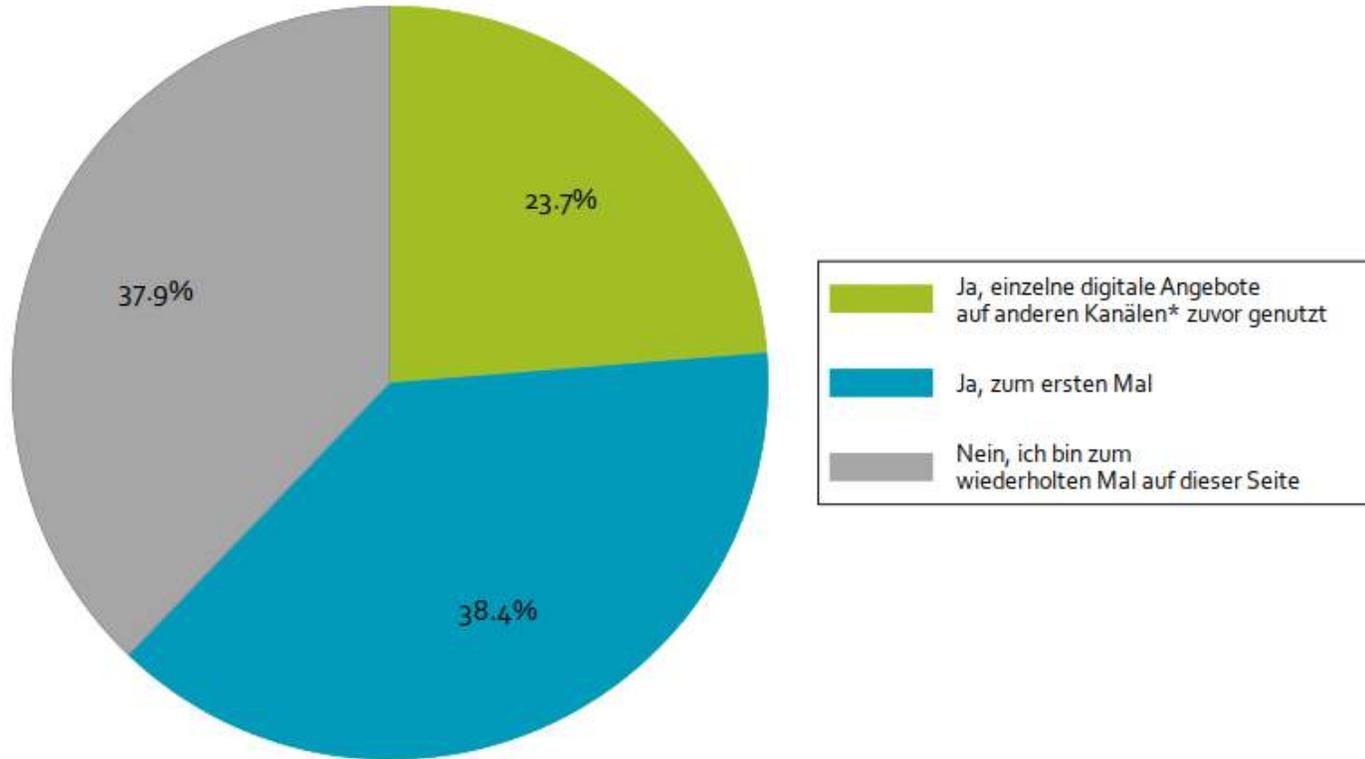
Prozent

MfN, FB3, Besucherforschung

Nutzung digitale Angebote

Anzahl Nutzung Digitale Angebote

MfN Online-Befragung digitale Angebote | Sommer 2021

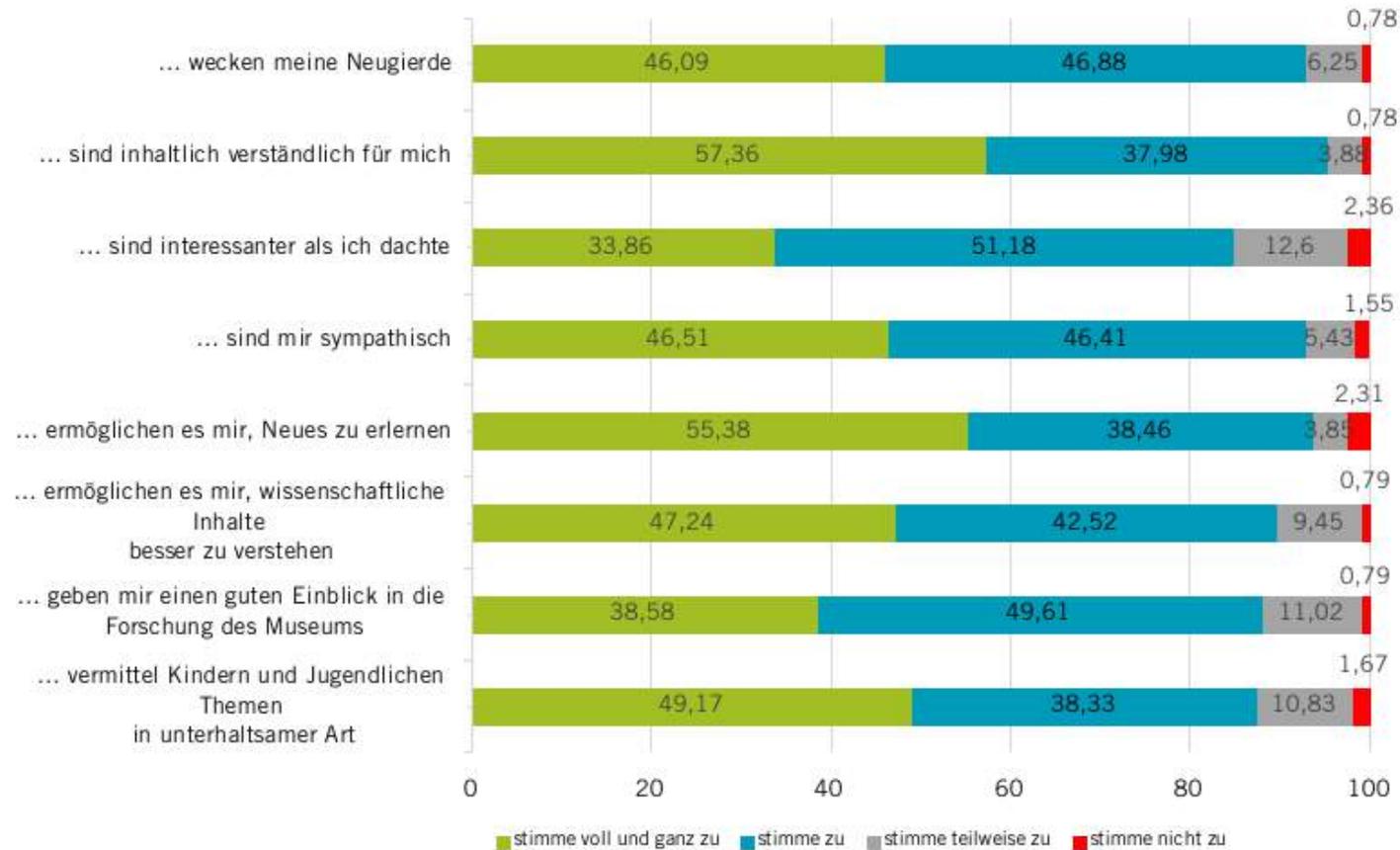


Erhebungszeit Juni und Juli 2021
MfN, FB3, Besucherforschung

n = 200

Einschätzung

Einschätzung der digitalen Angebote des MfN
MfN Online-Befragung digitale Angebote | Sommer 2021



Erhebungszeit Juni und Juli 2021

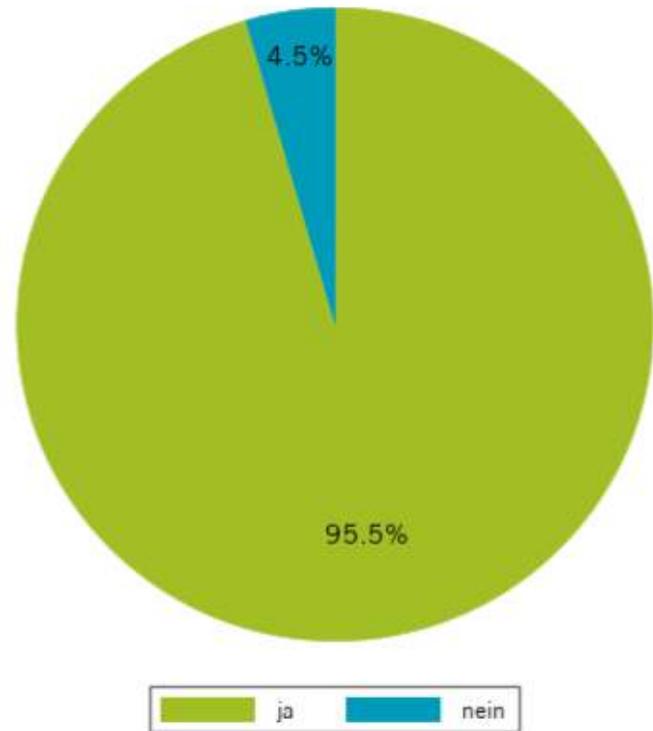
n = 200

MfN, FB3, Besucherforschung

Nutzung Zukunft

Nutzung Digitale Angebote in der Zukunft

MfN Online-Befragung digitale Angebote | Sommer 2021



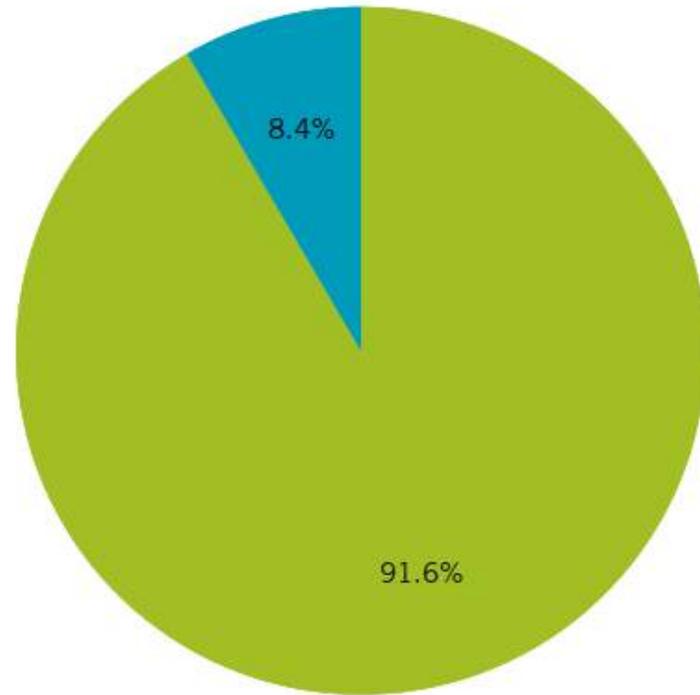
Erhebungszeit Juni und Juli 2021
MfN, FB3, Besucherforschung

n = 132

Impetus Analogbesuch

Nutzung Digitale Angebote - Impetus Besuch des MfN

MfN Online-Befragung digitale Angebote | Sommer 2021



Erhebungszeit Juni und Juli 2021
MfN, FB3, Besucherforschung

n = 131

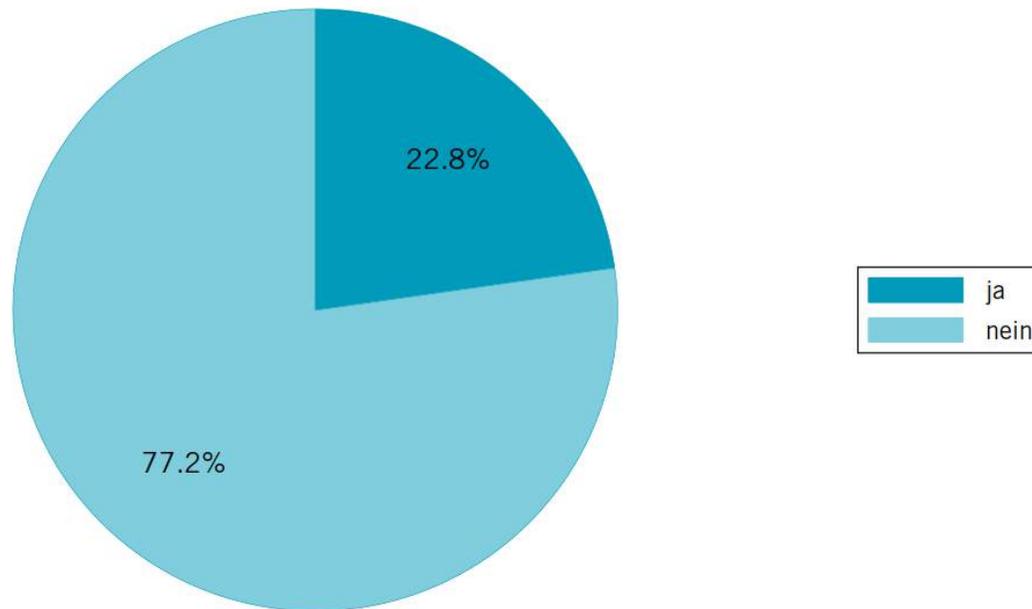


Einstellung analoge Besucher:innen gegenüber digitalen Angeboten

Bekanntheit

Bekanntheit digitale Angebote des MfN

MfN Besucherprofilbefragung | analog



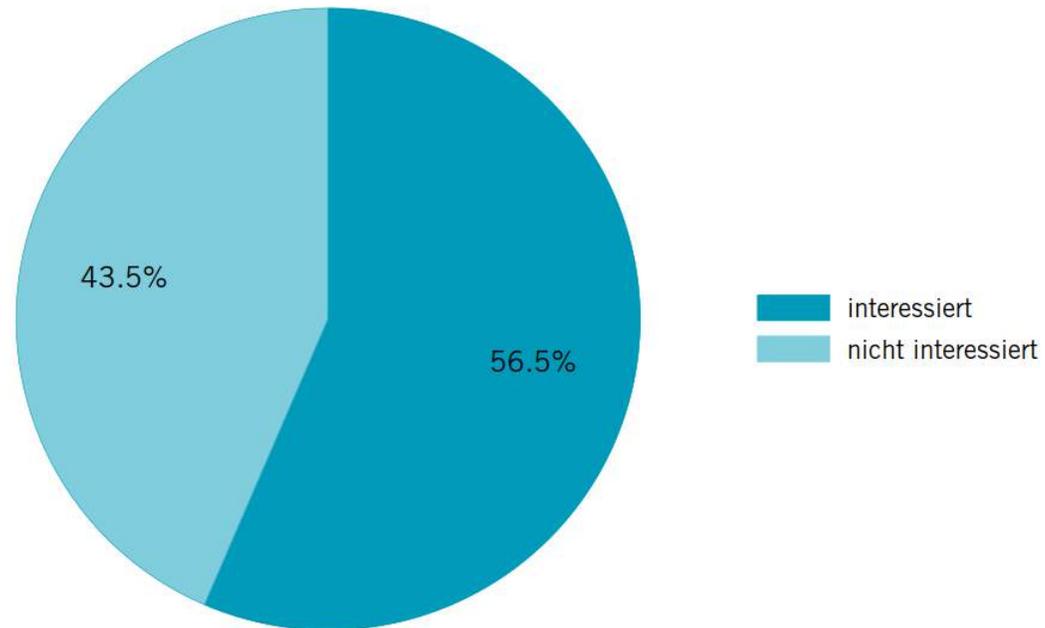
Erhebung Juli August 2021
MfN, FB3, Besucherforschung

n = 690

Interesse

Zukunftsiges Interesse an digitalen Angeboten des MfN

MfN Besucherprofilbefragung analog | Sommer 2021



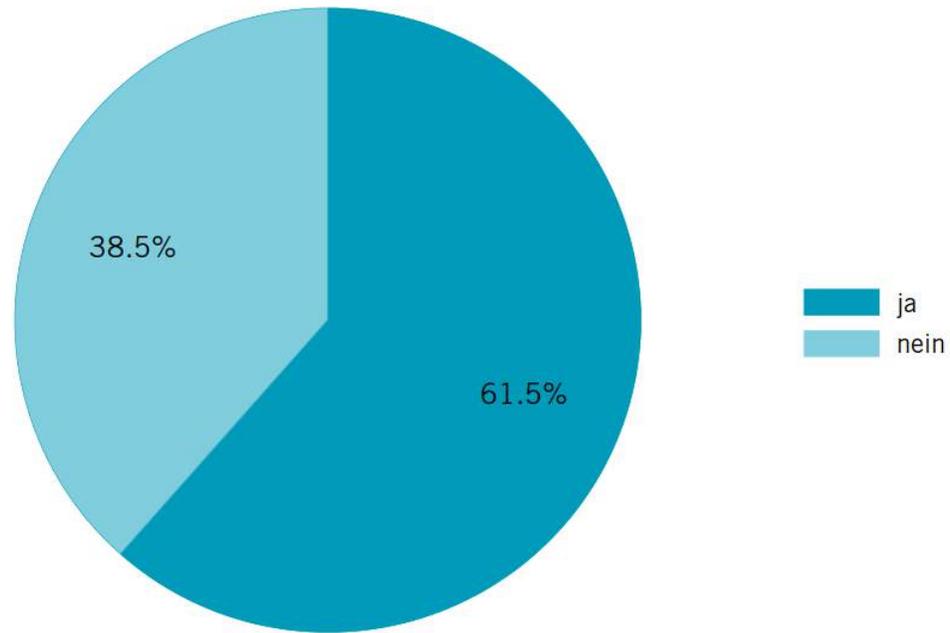
Erhebung Juli August 2021
MfN, FB3, Besucherforschung

n = 687

Impetus Digitalbesuch

Besuch MfN - Impetus Besuch digitale Angebote des MfN

MfN Besucherprofilbefragung | analog



Erhebung Juli August 2021
MfN, FB3, Besucherforschung

n = 686

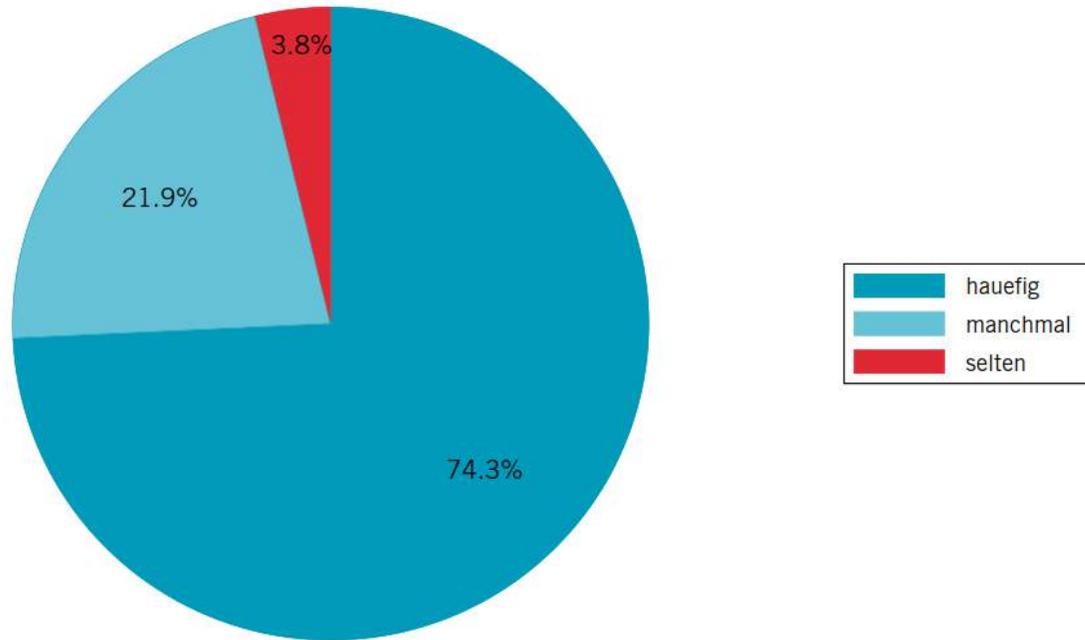


Rolle der Social-Media

Social Media - Nutzung

Nutzung Social Media - Häufigkeit

MfN Besucherprofilbefragung | analog



n = 575*

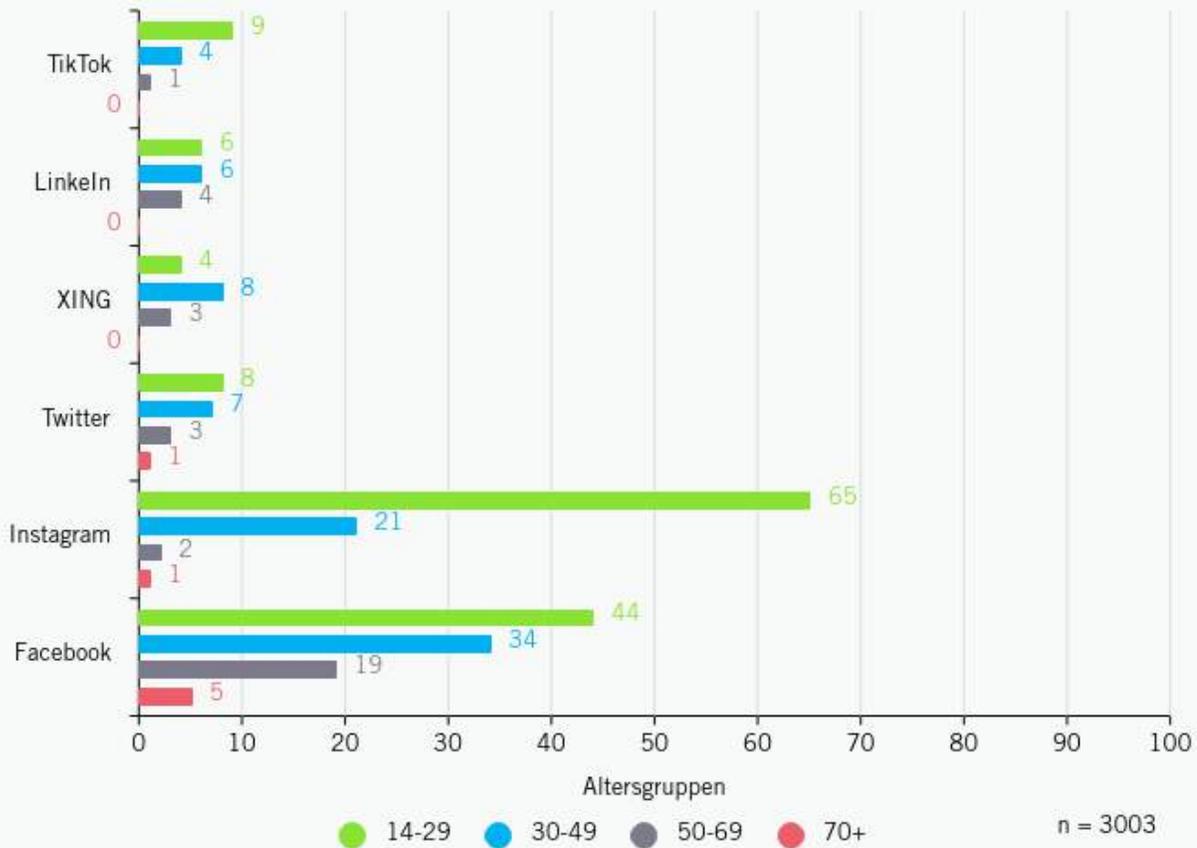
Erhebung Juli und August 2021
MfN, FB3, Besucherforschung

* Nur Befragte, die Social Media generell nutzen

Social Media - Alter

Nutzung Sozialer Medien in Deutschland nach Alter

Repräsentative Befragung Deutschland 2020



n = 3003

* Nutzung mindestens einmal in der Woche

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2018-2020



Ausblick

Digitales Publikum - museumsaffine community?

- › Rasches Absinken der Anzahl der Befragungen im Verlauf der Befragungszeit nach anfänglich hohem Rücklauf
- › Stärkerer Anteil des regionalen Publikums im Vergleich zum analogen Publikum
- › Überproportionaler Anteil an akademisch Gebildeten und Berufstätigen - hoher sozialökonomischer Status (SES)
- › Hoher Anteil der Wiederholungsbesucher:innen der digitalen Angebote
- › Thematisch affin zu den Naturwissenschaften und/oder stärkere Bindung an das MfN

Zwei Sphären - Bezogenheit und Autarkie

- › Der digitale Raum eines Museums wird in Zukunft bedeutender und ist damit in eine Beziehung zum analogen Raum zu setzen
- › Trotzdem: Digitale Angebote sind den Erfordernissen des Mediums anzupassen und müssen autark funktionieren
- › Steigerung der Reichweite und Relevanz von Museen in einer sich modernisierenden Gesellschaft
- › Fragen über aktuelle und latente Themen bzw. Diskurse – Artenschutz, Klimawandel, Einstellungen zur Wissenschaft, etc. ...



Audience Development im digitalen Raum

- › Komplementäre Beziehung digitaler und analoger Angebote und damit Publika
- › Nutzung digitaler Angebote in der Zukunft – Gestaltwandel: Zielgruppen und Motivationen
- › Mit anderen gemeinsam Erleben – Sozialität
- › Kooperationen unterschiedlicher Gewerke – Strategien und Tools entwickeln und externe Expertise einbinden
- › Mitgestaltung – Cocreation durch Vertreter:innen definierter Zielgruppen / Communities (Beiräte)



Was macht die Digitalisierung mit dem Museum?

- › Bezugnahme auf die Sammlung – Spezifische Alleinstellung Museum
- › Bezugnahme auf die Forschung – digitale Angebote als Teil von Wissenstransfer und Wissenschaftskommunikation
- › Integration digitaler Angebote in den Ausstellungen und Führungen
- › Digitalisierung versus Authentizität des originalen Objekts?





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!