

FR, 28. Januar

- 09.00-09.45 **Nora Wegner** Besucher früh einbinden! Möglichkeiten der Ausstellungsplanung mit Evaluation
- 09.45-10.15 **Regina Wohlfarth** Die Fragen richtig stellen – Ein Besucherforschungsprojekt der Ludwig Maximilian Universität mit ausgewählten Kulturinstitutionen.
- 10.15-10.45 **Ute Marxreiter, Susanne Schaubeck**
Besucherforschung im Kunstareal – Eine Projektvorstellung
- 10.45-11.00 Kaffeepause
- 11.00-13.30 **Workshop 1**
Join **Sofie Davis**, Senior Audience Researcher, Science Museum, London, UK and **Helen Featherstone**, Chair, Visitor Studies Group in this interactive, hands-on workshop. Find out why qualitative tools are so powerful at both enabling success and revealing barriers in the museum context. Qualitative methods have practical use at many stages of exhibition development from concept to completion. Using the cycle of exhibition development Sofie and Helen will take you through a number of key tools including visitor observation, accompanied visits and focus groups. Through hands-on activities you will get a practical introduction to these staples of the visitor studies toolkit
- 11.00-13.30 **Workshop 2**
Irene Knava
Ein praxisorientierter Workshop als Hilfestellung für die Implementierung einer strategisch und nachhaltig wirksamen Besucherforschung im Kunstareal München.

Informationen

www.museumsakademie-joanneum.at

Kontakt

Museumsakademie Joanneum
Schloss Eggenberg, Eggenberger Allee 90, 8020 Graz
E-Mail: museumsakademie@museum-joanneum.at
Tel.: 0316 / 8017-9805
Fax: 0316 / 8017-9808

Museumsakademie

Universalmuseum Joanneum

Der gefragte Gast. Publikumsforschung als Grundlage einer Besucher/innenorientierten Museumsarbeit

Workshop

in Kooperation mit der Visitor Studies Group UK, der Ludwig Maximilian Universität und der Pinakothek München

27. und 28. Januar 2011

München (D)

Für viele gelten gute/steigende Besuchszahlen als Ausdruck erfolgreicher Museumsarbeit. Umso mehr überrascht es, dass es in Museen häufig an Wissen darüber mangelt, wer ihre Besucher/innen sind, welche Bedürfnisse sie haben und warum sie bestimmte Angebote ansprechend bzw. wenig ansprechend finden. Professionelle Publikumsforschung kann hier Abhilfe schaffen, ihre Sinnhaftigkeit hängt allerdings von einer Reihe von Faktoren ab und ihre volle Wirksamkeit kann sie erst mit der Einbeziehung ihrer Ergebnisse in die strategischen Planungen von Museumsverantwortlichen entfalten.

Unter dem Titel „Der gefragte Gast“ werden best-practice-Modelle der Publikumsforschung und verschiedene Methoden der Datensammlung bzw. -analyse vorgestellt. Zudem möchten wir Konzepte und Möglichkeiten diskutieren, wie die Publikumsforschung für Leiter/innen und Verantwortliche von Museen zum Instrument für die Qualitätssicherung besucher/innenorientierter Museumsarbeit werden kann.

mit

Helen Featherstone, Visitor Studies Group, Bristol (UK)

Sofie Davies, Science Museum, London (UK)

Dietmar Kepplinger, Kondeor, Salzburg (A)

Irene Knava, Audiencing, Wien (A)

Ute Marxreiter, Pinakotheken und Sammlung Brandhorst (D)

Björn Neuhaus, Arbeitsgruppe Museumsevaluation, Berlin (D)

Anke Schwarzwälder, Blackforesters, Stuttgart (D)

Susanne Schaubek, Technische Universität München (D)

Regina Wohlfarth, Ludwig Maximilian Universität,
Department für Kunstwissenschaften, München (D)

Nora Wegner Besucherforschung, Fellbach (D)

DO, 27. Januar

- | | |
|-------------|---|
| 10.00-10.15 | Ute Marxreiter, Regina Wohlfahrt, Christian Walzl Begrüßung |
| 10.15-11.00 | Einführung
Grundlagen der Publikumsforschung. Was sollen wir über unser Publikum wissen und warum? Wer sind die sogenannten Nichtbesucher? |
| 11.00-11.30 | Helen Featherstone Introduction to the Visitor Studies Group UK
Join Helen Featherstone, Chair of the Visitor Studies Group to discuss the VSG. Find out who the group is for, the services it offers its members and how the current committee are planning to move the group forwards in 2011 |
| 11.30-12.00 | Björn Neuhaus Publikumsforschung und Museumsevaluation: Kurz vor dem Durchbruch!?
Eine Vorstellung der Arbeitsgruppe Museumsevaluation des Arbeitskreises Kultur und Kulturpolitik in der Gesellschaft für Evaluation (DeGEval). |
| 12.30-12.30 | Fragen Diskussion – Moderation: Christian Walzl
Wie können wir die Zusammenarbeit untereinander stärken und ausbauen? |
| 12.30-14.00 | Mittagspause |
| 14.00-14.45 | Dietmar Kepplinger Besucherbefragung: Möglichkeiten und Herausforderungen |
| 14.45-15.15 | Irene Knava „Warum wen was, wie und wann fragen?“
Qualitative Besucherforschung: Methodologie und Beispiele. Aus der Perspektive der angewandten Kulturpraxis. |
| 15.15-15.30 | Kaffeepause |
| 15.30-16.00 | Sofie Davies Visitor Studies at the Science Museum, London
Audience research and advocacy is a key component to the delivery of successful Museum cultural products - such as exhibitions, resources and events. A strategic Audience Research and Advocacy unit works to understand the needs, wants and expectations of audiences through research, and then advocate for these needs to support the provision of engaging, memorable and inspiring learning experiences for target audiences. The Audience Research and Advocacy unit plays a particularly crucial role during the development of new exhibitions and audience-led projects. This session will look at who the Audience Research team are, how they work, and how we support the development of strategic models that prioritise visitors' experiences and learning. |
| 16.15-17.00 | Anke Schwarzwälder Datenanalyse statt Bauchgefühl – Objektive Kriterien für die Weiterentwicklung der Erlebnisqualität |
| 17.00-17.30 | Fragen Diskussion – Moderation: Regina Wohlfahrt
Wie können die Erkenntnisse der Publikumsforschung zum Instrument für eine Qualitätssicherung strategisch eingesetzt werden? |
-