

## **Besucherbefragung zur Ausstellung „Fahr Rad! Die Rückeroberung der Stadt“ am Deutschen Architekturmuseum Frankfurt am Main**

Alina Arnold

Matthias Kowald

Arbeitsberichte Fachgruppe Mobilitätsmanagement

Nr. 001

Oktober 2018

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	1
2	Förderung, Ziel der Ausstellung und der Evaluation .....	1
3	Vorgehen der Evaluation .....	2
3.1	Projekt A (Quantitative Befragung) .....	3
3.2	Projekt C (Qualitative Befragung).....	5
3.3	Synthese (Methodentriangulation) .....	6
4	Resultate .....	7
4.1	Quantitativ .....	7
4.1.1	Hypothese 1 .....	10
4.1.2	Hypothese 2 .....	10
4.1.3	Hypothese 3 .....	12
4.2	Qualitativ .....	13
4.3	Synthese Empfehlungen .....	16
5	Fazit/Ausblick .....	17
	Literaturliste .....	19
	Anhänge .....	20

# 1 Einleitung

Das Deutsche Architekturmuseum (DAM) ist seit 1984 Ausstellungsstätte für historische und zeitgenössische Architektur und Städtebau sowie Zentrum für Architekturdebatten. Das Museum ist eine überregional und international anerkannte, kulturelle Institution. Das Projekt „Fahr Rad! Die Rückeroberung der Stadt“ wurde vom 20. April bis zum 2. September 2018 im Deutschen Architekturmuseum ausgestellt. Ein integraler Bestandteil des Ausstellungskonzepts und der –förderung ist die Evaluation der Besucherzufriedenheit mit den Inhalten, Ausstellungsarten und dem Museum. Diese Befragung und die entsprechende Datenanalyse wurden im Rahmen von studentischen Projekten durch Studierende des Studiengangs Mobilitätsmanagement der Hochschule RheinMain während des Sommersemesters 2018 durchgeführt.

Evaluation definiert sich als eine systematische Analyse und Interpretation von Informationen, mit dem Ziel einer Verbesserung des betrachteten Gegenstandes. Der Fokus der studentischen Projekte lag auf einer systematischen Evaluierung der Besucherzufriedenheit in Bezug auf die genannte Ausstellung. Es sollte erfasst werden, wie die Besucher die Ausstellung bewerten und wie das Deutsche Architekturmuseum die Besucherzufriedenheit bei ähnlichen Ausstellungsprojekten steigern kann.

Der vorliegende Bericht gliedert sich in vier Teile. Im zweiten Kapitel werden allgemeine Informationen zur Ausstellung und deren Zielen präsentiert. Das dritte Kapitel geht auf die methodische Vorgehensweise zur Datensammlung und –analyse ein. Dabei wird zwischen einem quantitativen und qualitativen Vorgehen differenziert. Es wird der Frage nachgegangen, welchen Zweck beide Forschungsdesigns erfüllen und welches Potenzial aus der Kombination beider Methoden resultiert. Im vierten Kapitel des Berichts werden ausgewählte Resultate der Besucherbefragungen gezeigt. Hierbei erfolgt zunächst eine Trennung zwischen quantitativen und qualitativen Ergebnissen, bevor die Erkenntnisse mittels einer methodischen Triangulation in einer Resultatsynthese zusammengeführt werden. Der darauffolgende Abschnitt enthält Empfehlungen für die Verbesserung der Besucherzufriedenheit. Diese werden aus den Ergebnissen der Untersuchungen abgeleitet. Im letzten Teil des Berichts wird ein Fazit gezogen und ein Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf gewährt.

## 2 Förderung, Ziel der Ausstellung und der Evaluation

Die Ausstellung und ihre inhaltliche Konzeption orientierte sich wesentlich an den folgenden Zielen (Becker 2018b):

- Das Verständnis der breiten Öffentlichkeit für den Radverkehr steigern;
- Das Miteinanders aller Verkehrsteilnehmer fördern;
- Inspiration für die Umsetzung eines nationalen Radverkehrsplans vermitteln.

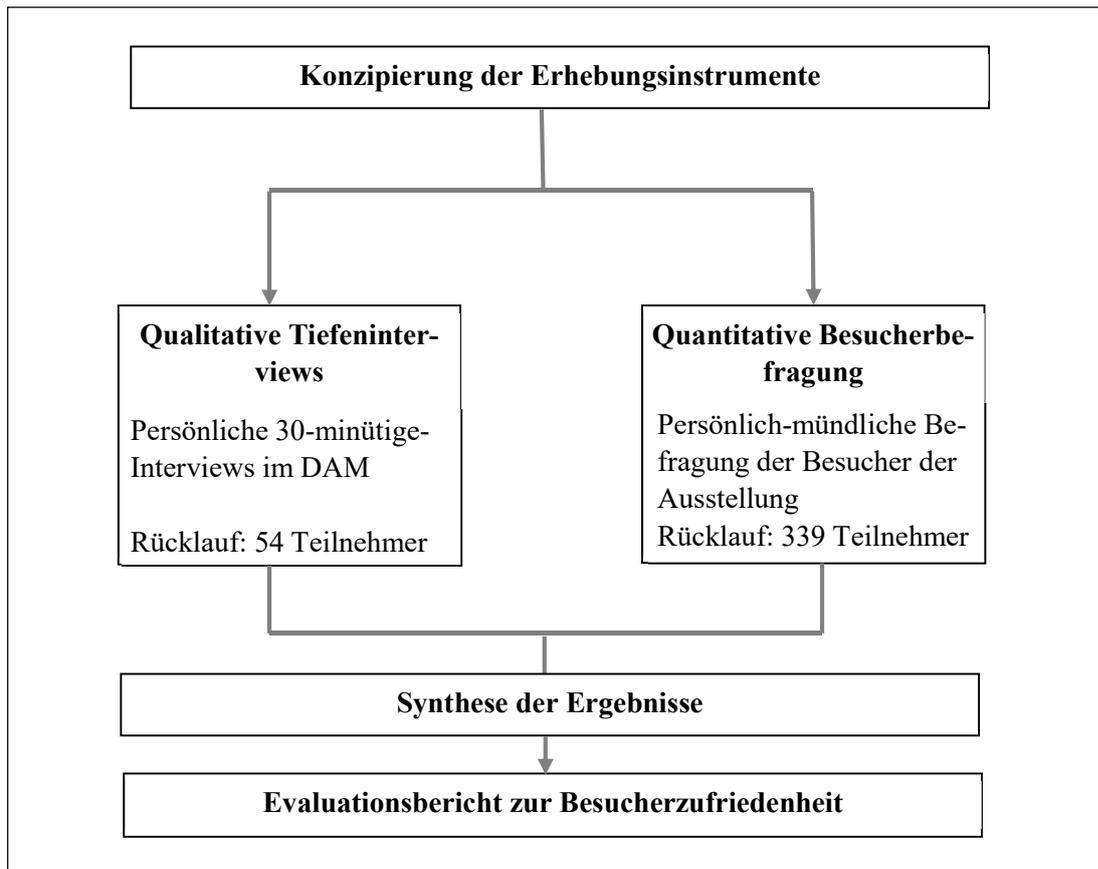
Gefördert wurde die Ausstellung „Fahr Rad! Die Rückeroberung der Stadt“ durch das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) aus finanziellen Mitteln zur Umsetzung des Nationalen Radverkehrsplans 2020.

Das Ausstellungsprojekt „Fahr Rad! Die Rückeroberung der Stadt“ des Deutschen Architekturmuseums startete am 20. April 2018 und endete am 2. September 2018. Ergänzend zur Ausstellung wurde ein umfangreiches Begleitprogramm angeboten, welches den Interessentinnen und Interessenten in Informations- und Weiterbildungsveranstaltungen sowie auf Exkursionen unterschiedliche Einblicke in die Radverkehrsförderung gewährte. Zusätzlich wurde ein Ausstellungskatalog mit den gezeigten Projekten veröffentlicht. „Ausstellung, Katalog und Begleitprogramm wirken als Impulsgeber für eine grüne Infrastruktur, für Architektur und Städtebau, für Politik und Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft und eine breite Öffentlichkeit“ (Becker 2018a). Die gezeigten Projekte beleuchten den Radverkehr in einer integrierten Herangehensweise. So werden Aspekte der Verkehrsplanung, Grünflächenplanung, der Gestaltung des öffentlichen Raums und städtebauliche Gesichtspunkte aufgegriffen (vgl. Becker 2018a). Die ausgewählten Radverkehrsprojekte können daher als Leitprojekte und Impulsgeber für die Gestaltung zukünftiger Radinfrastruktur angesehen werden.

### 3 Vorgehen der Evaluation

Auf Anfrage des Deutschen Architekturmuseums übernahm der Studiengang Mobilitätsmanagement der Hochschule RheinMain im Rahmen studentischer Lehrforschungsprojekte die Durchführung der Besucherzufriedenheitsbefragung für die Ausstellung „Fahr Rad! Die Rückeroberung der Stadt“. Die quantitativen Erhebungen und Analysen wurden von Studierenden des zweiten Fachsemesters, die qualitativen Untersuchungen von Studierenden des vierten Fachsemesters durchgeführt. Nachfolgend werden die methodischen Vorgehensweisen beschrieben.

Abbildung 1 Methodisches Vorgehensweise der Evaluation



### 3.1 Projekt A (Quantitative Befragung)

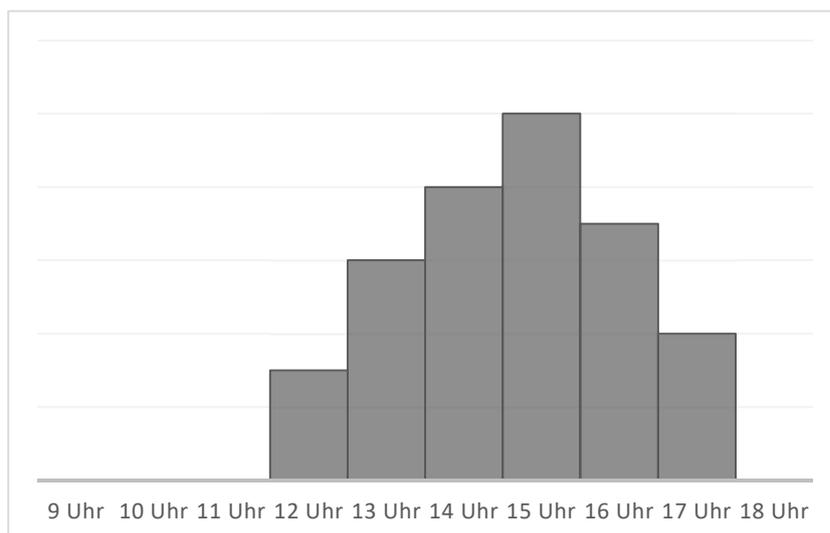
Ziel der quantitativen Besucherbefragungen war es, allgemeine Aussagen und ein Gesamtbild zur Besucherzufriedenheit mit der Ausstellung „Fahr Rad!“ zu erhalten. Die Inhalte der quantitativen Befragungen wurden zwischen Hochschule RheinMain und dem DAM abgestimmt und durch den Datenschutzbeauftragten der Hochschule RheinMain geprüft und freigegeben. Anschließend wurde der Fragebogen elektronisch umgesetzt. Der Fragenkatalog umfasste 42 Fragen. Die Items zur Besucherzufriedenheit wurden in Form von Likert-Skalen umgesetzt, die eine Bandbreite von eins „Sehr gut“ bis sechs „ungenügend“ abbilden. Das Erhebungsinstrument ist in Anhang 2 dokumentiert.

Die Befragung der Besucher erfolgte beim Verlassen der Ausstellung im Rahmen persönlich-mündlicher Interviews und wurde in Interviewteams mit je zwei Studierenden elektronisch durchgeführt. Die Fragen und Antwortmöglichkeiten wurden dabei durch die Studierenden vorgelesen und die Antworten wurden entsprechend erfasst. Diese durch die Interviewer geleitete

Art der Befragung ermöglichte eine Erfahrungssammlung auf Seiten der Studierenden, eine erhöhte Teilnahmequote durch die persönliche Ansprache und diente der Beantwortung etwaiger Fragen auf Seiten der Interviewten.

Die Grundgesamtheit entspricht der Anzahl der Ausstellungsbesucher. Auf Basis einer angestrebten Stichprobengröße von 400 befragten Besuchern wurde ein Einsatzplan für die Interviews erstellt. Die studentischen Befragungen waren ab Beginn der Ausstellung auf die Semesterwochen zwischen dem 24. April bis einschließlich dem 8. Juli verteilt. In diesem Zeitraum fanden die Erhebungen an zufällig ausgewählten Tagen dienstags bis sonntags in zufällig zugewiesenen Schichten statt. Dabei standen potenziell je Tag zwei Schichten von 11 Uhr bis 14:30 Uhr und von 14:30 Uhr bis 18 Uhr zur Verfügung. Die Anzahl der Früh- und Spätschichten entsprach einem Verhältnis von 2:3 und orientierte sich an der durchschnittlichen Verteilung des Besucheraufkommens im Tagesverlauf (Abbildung 2). Durch die Gewichtung lag eine Stichprobe vor, die möglichst an die tatsächliche Verteilung des Besucheraufkommens angelehnt war. Insgesamt waren 52 Studierende des zweiten und vierten Fachsemesters an den Interviews beteiligt, wobei jedes der 26 Interviewteams zwei Schichten á 3,5 Stunden übernahm.

Abbildung 2 Schematische Verteilung des Besucheraufkommens am DAM



Quelle: Eigene Darstellung nach google analytics, 2018.

Um die Studierenden auf die Befragungen vorzubereiten, wurden sie vor Beginn der Feldphase geschult. Die Interviewerschulung gewährleistete einen datenschutzrechtlich und ethisch vertretbaren Standard der Durchführung und zielte darauf ab, verzerrende Effekte von Seiten der Interviewer zu reduzieren. Die Informationen zu der datenschutzrechtlichen Vereinbarung ist

in Anhang 1 zu finden. Zudem wurden die Studierenden auf mögliche Erhebungssituationen vorbereitet und konnten den sicheren Umgang mit dem Erhebungsinstrument sowie der zur Verfügung gestellten Technik erlernen.

Während der Feldphase fand eine kontinuierliche Qualitätssicherung der Erhebung statt. Diese diente insbesondere der Einhaltung der Anforderungen des Datenschutzes und ermöglichte eine Kontrolle der Interviewdurchführung. Die Aufgabe übernahm ein Studierender des vierten Semesters. Dessen Tätigkeit umfasste eine stichprobenhafte Überwachung der Anwesenheit der Interviewteams sowie die Sicherstellung der Funktionstüchtigkeit der Befragungsgeräte.

### 3.2 Projekt C (Qualitative Befragung)

Die Evaluierung der Besucherzufriedenheit durch quantitative Befragungen wurde um qualitative Tiefeninterviews erweitert. Diese waren Bestandteil eines studentischen Projektes aus dem vierten Fachsemester. Ziel der qualitativen Tiefeninterviews war es, detaillierte Meinungen von 50 Besucherinnen und Besuchern und zentrale Elemente der Besucherzufriedenheit explorativ zu erfassen und zu analysieren. Qualitative Forschung zielt nicht auf breit abgestützte Aussagen im statistischen Sinne ab, sondern stellt den Menschen mit seinen individuellen Bedürfnissen, Motivationen und Wahrnehmungen in den Fokus. Das bedeutet, dass die Repräsentativität der Stichprobe im Gegensatz zu der quantitativen Befragung nicht im Zentrum des Vorgehens steht (vgl. Marshall 1996: 522ff).

Zwei studentische Gruppen, bestehend aus je drei Studierenden, konstruierten in Absprache mit den Verantwortlichen des Museums jeweils einen Interviewleitfaden anhand dessen sie die Interviewpartner durch das Gespräch führten. Insgesamt wurden 51 Tiefeninterviews durchgeführt. Diese fanden vom 30. Mai bis zum 6. Juni in den Räumlichkeiten des Museums statt.

Die Befragungen wurden als teilstrukturierte Leitfadeninterviews durchgeführt. „Der Interviewer [macht] eine vorbereitete Liste offener Fragen (den Leitfaden) zur Grundlage des Gesprächs“ (Gläser und Laudel 2010: 111). Neben der Funktion als Erhebungsinstrument, dienen Leitfäden außerdem zur Strukturierung des Themenfeldes der Untersuchung. „Leitfäden sind also bereits vor der Erhebung ein wichtiges Instrument im Forschungsprozess; zugleich übernehmen sie in der Interviewsituation eine zentrale Orientierungsfunktion“ (Bogner et al. 2014: 27f). Im Laufe der Feldphase wurde das Instrument basierend auf den Erfahrungen der jeweiligen Vorgespräche fortlaufend angepasst und so in einem iterativen Prozess weiterentwickelt. Sinn und Zweck des Leitfadens war es, den Interviewern ein Grundgerüst für die Befragung zu

bieten. Die Reihenfolge und Auswahl der Fragen, sowie die konkreten Formulierungen waren vom Gesprächsverlauf abhängig.

Die Fragen der beiden studentischen Gruppen weisen viele Ähnlichkeiten auf und sind im Anhang zu finden. Das Grundgerüst des Leitfadens einer Gruppe besteht in der finalen Version beispielsweise aus den folgenden Themenblöcken (siehe Anhang 3):

- Wer besucht das DAM?
- Besucherzufriedenheit
- persönliche Radnutzung und Hintergründe
- Meinungen
- Soziodemographie

Im vorliegenden Evaluationsbericht liegt der Fokus auf den Meinungen und Bewertungen der Zufriedenheit mit der Ausstellung und dem Architekturmuseum. Die Interviews wurden aufgezeichnet und in einer qualitativen Inhaltsanalyse aufbereitet, verdichtet und ausgewertet. Vor dem Hintergrund der Aussagen der Interviewten leiteten die beiden Projektgruppen konkrete Handlungsempfehlungen für das DAM ab. Diese umfassen Anregungen in Bezug auf die Steigerung der Besucherzufriedenheit sowie Empfehlungen für die Förderung des Umweltverbundes bei der An- und Abreise zum oder vom Museum.

### 3.3 Synthese (Methodentriangulation)

Die quantitativen Befragungen der Besucher liefern zwar ein Gesamtbild der Zufriedenheit, blendet allerdings auch eine Vielzahl von Aspekten aus, die für eine Verbesserung des Angebotes relevant sind. Mit den qualitativen Tiefeninterviews können hier wichtige zusätzliche Informationen gewonnen werden. Eine Methodentriangulation verbindet qualitativer mit quantitativer Forschung und zeigt unterschiedliche Perspektiven eines Forschungsgegenstandes auf. Flick konstatiert, dass dies drei verschiedene Folgen haben kann (2011: 19):

- Die Triangulation kann konvergierende Ergebnisse hervorbringen, die in beiden Methoden zu einem übereinstimmenden Konsens kommen.
- Die gesammelten Informationen können aber auch nicht übereinstimmen und kaum eine Schnittmenge liefern.

Die Verknüpfung von qualitativer mit quantitativer Erhebungsmethoden können ergänzende Informationen liefern, die vertiefend interpretierbar sind.

Flick (2007) bezeichnet Triangulation als eine Strategie, Erkenntnisse durch die Gewinnung weiterer Erkenntnisse zu begründen und abzusichern. Dies bezieht sich jedoch nicht nur auf die Bestätigung bereits vermuteter Erkenntnisse, sondern kann auch zu neuen Ergebnissen führen.

Sinn und Zweck der Triangulation war im Besonderen die Frage, ob und inwiefern sich detaillierte subjektive Aussagen und Meinungen der Tiefeninterviews auch in den Ergebnissen der quantitativen Befragung widerspiegeln. In dem folgenden Kapitel werden ausgewählte Resultate der Erhebungen behandelt und geprüft, welche Erkenntnisse daraus gezogen werden können.

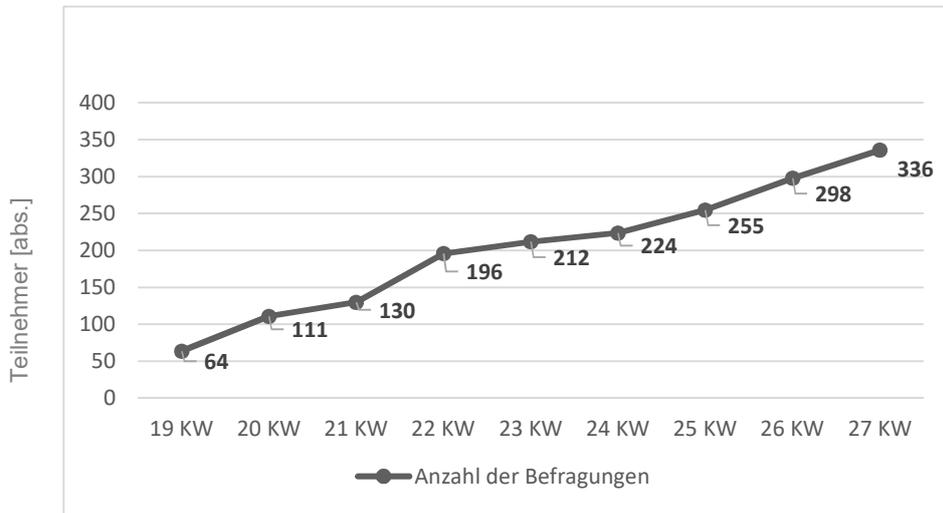
## 4 Resultate

Im Folgenden werden die Resultate der quantitativen und qualitativen Datensammlung analysiert.

### 4.1 Quantitativ

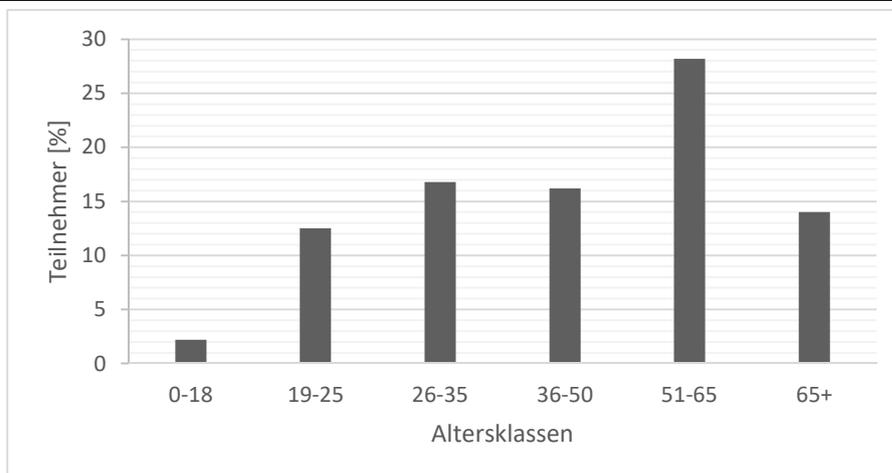
Um eine ordnungsgemäße Durchführung der Interviews am DAM zu gewährleisten, wurde die Feldphase einer durchgängigen Qualitätskontrolle ausgesetzt. Bei den stichprobenartigen Kontrollen der Anwesenheit und der Beobachtung der Studierenden als Interviewer kam es zu keinen nennenswerten Auffälligkeiten. Insgesamt gingen die Studierenden ihrer Tätigkeit als Interviewer gewissenhaft und zuverlässig nach. Zwar wurde das gesetzte Ziel von 400 quantitativen Befragungen leicht verfehlt, doch erlaubt der Rücklauf von 336 vollständigen Interviews eine fundierte Analyse.

Abbildung 3 Rücklauf der quantitativen Befragung im Befragungszeitraum



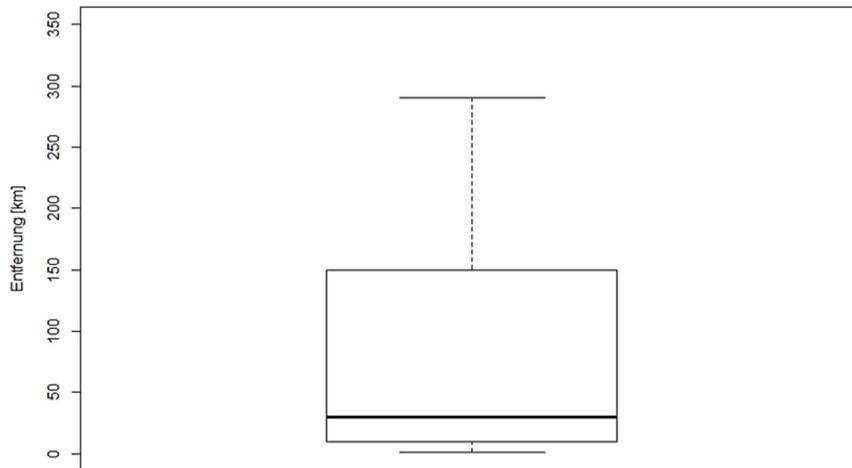
Im Folgenden wird eine univariate deskriptive Analyse der Stichprobe dargestellt. Dabei wird zunächst auf die soziodemographischen Merkmale der Befragten eingegangen. Die Verteilung nach Geschlecht belief sich auf 40,5% weibliche Teilnehmer und 59,5% männliche Teilnehmer. Die Verteilung nach Alter wird in Abbildung 4 dargestellt. Der Großteil der Personen ist zwischen 51 und 65 Jahren alt (28,3%) kurz darauf gefolgt mit Personen, die über 65 Jahre alt sind (24%). Dieses Ergebnis spiegelt sich auch in der Verteilung der Tätigkeiten wieder. Hierbei ist der Großteil der Personen Arbeitnehmer-/innen (38,6%). Weitere 25,5% der Teilnehmer sind Rentner.

Abbildung 4 Anzahl der Interviewten nach Altersklassen in % (n = 339)



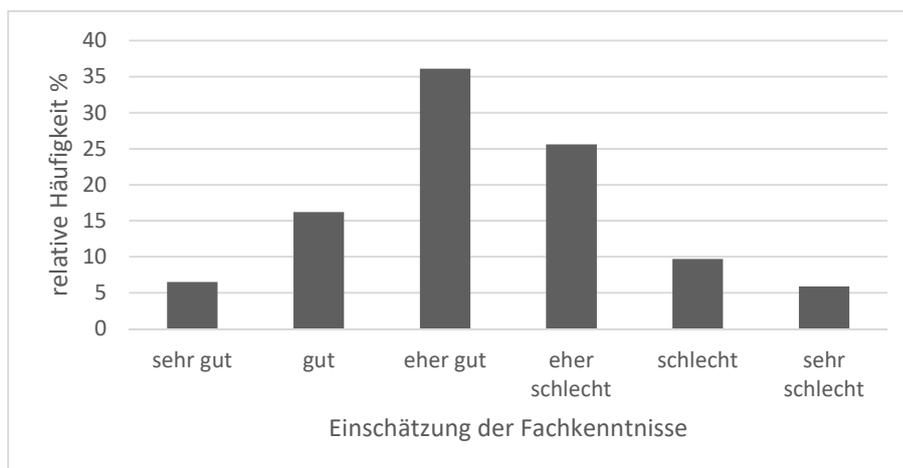
Die Personen sollten die Distanz ihres Wohnortes zum Deutschen Architekturmuseum schätzen. Wie erwartet, ist die Verteilung rechtsschief und enthält wenige sehr große Entfernungen. Das arithmetische Mittel lag bei 118,5 km und der Median bei 30 km.

Abbildung 5 Schätzdistanz des Wohnortes zum DAM (n = 331)



Um zu erfahren wer die Ausstellung besucht, wurden die Befragten um eine Einschätzung ihrer Fachkenntnisse in Architektur gebeten. Hierbei zeigte sich, dass der größte Teil der Besucher (36,1%) seine Kenntnisse als „eher gut“ einschätzt, gefolgt von 25,6% der Befragten, die ihre Kenntnisse „eher schlecht“ bewerten. Die geringsten Anteile der Befragten ergaben die Einschätzungen der Architekturkenntnisse als „sehr gut“ (6,5%) und als „sehr schlecht“ (5,9%).

Abbildung 6 Einschätzung der Fachkenntnisse in Architektur in % (n = 321)



Vor dem Hintergrund der enthaltenen Fragen im Erhebungsinstrument stellten die Projektgruppen drei Hypothesen zu den Bereichen Verkehr und Mobilität auf, die Sie im Rahmen der Datenanalyse untersuchten. Diese Hypothesen zielten auf vermutet bivariate kausale Zusammenhänge zwischen zwei Variablen. Die Daten aus der quantitativen Befragung wurden zur Prüfung der Hypothesen verwendet. Der folgende Abschnitt geht stellvertretend auf drei Hypothesen der Projektgruppen aus dem zweiten Semester ein.

#### 4.1.1 Hypothese 1

Hypothese 1: *Wenn die Person das Museum schon mindestens einmal besucht hat, dann hat diese bei der Anreise nicht an eine verkehrliche Alternative gedacht.*

Für diese Hypothese wurde die Verteilung der Erstbesucher bzw. der wiederholten Besucher und die Verteilung der Personen, die an eine verkehrliche Alternative bei der Anreise gedacht haben, betrachtet. Der Anteil an Erstbesuchern und wiederholten Besuchern des Museums ist ausgeglichen (Tabelle 1). Der Anteil an Personen, die nicht an eine verkehrliche Alternative gedacht haben, ist dagegen mit 74,3% deutlich dominant.

Der Chi<sup>2</sup>-Test ergab einen p-Wert von 0,187, womit die Nullhypothese auf dem 95%-Signifikanzniveau verworfen wird. Es besteht somit kein stochastischer Zusammenhang zwischen den Variablen. Für die Verkehrsmittelwahl sind die Vorerfahrungen mit dem Museum ohne Bedeutung.

Tabelle 1 Beobachtete Häufigkeiten

Verkehrliche Alternative/ Besuch DAM	Erstbesuch	Schon häufiger dort	total
Ja	46	37	83
Nein	110	104	234
total	156	161	317

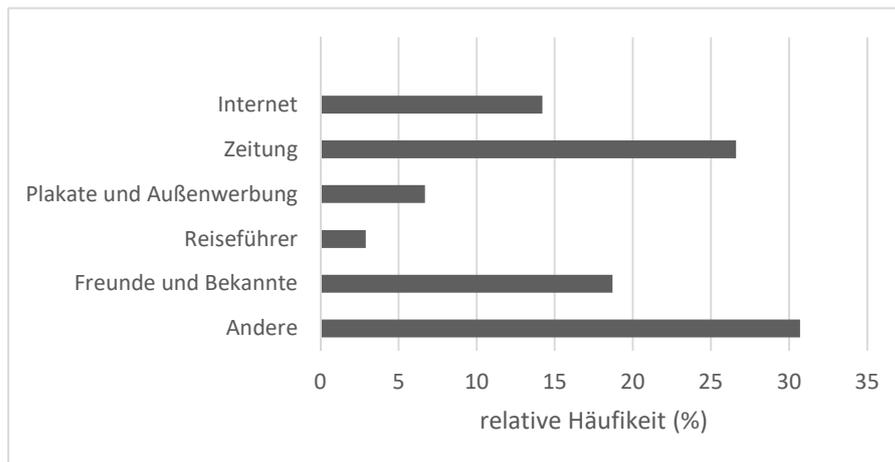
#### 4.1.2 Hypothese 2

Hypothese 2: *Je jünger eine Person ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie durch digitale Medien auf das Museum aufmerksam wurde.*

Für die Hypothese wurde das genannte Aufmerksamkeitsmedium, sowie das Alter der Befragten betrachtet (siehe Abbildung 7). Mit 28% der Befragten sind die meisten Personen durch

die Zeitung auf das Museum aufmerksam geworden. 30% sind durch sonstige Medien aufmerksam geworden. Nur 14% der Personen sind durch das Internet aus das DAM aufmerksam geworden.

Abbildung 7 Wie sind die Besucher auf die Ausstellung aufmerksam geworden? (n=342)



Der Chi<sup>2</sup>-Test der Hypothese ergab einen p-Wert von <0,001. Damit kann die Null-Hypothese nicht verworfen werden und wir gehen von einem stochastischen Zusammenhang zwischen den Variablen Alter und Aufmerksamkeitsmedium aus. Wenn man den beobachteten und erwarteten Wert der Medien vergleicht (siehe Tabelle 1; gezeigt wird die Differenz zwischen beobachtetem – erwartetem Wert), erkennt man, dass vor allem in den beiden jüngeren Altersklassen weniger Personen als erwartet durch Druckmedien (Zeitung, Reiseführer und Plakate) aufmerksam geworden sind. Die älteste Altersklasse liegt bei den Druckmedien stark über dem erwarteten Wert, ist dafür aber weniger durch das Internet aufmerksam geworden.

Tabelle 2 Vergleich beobachteter und erwarteter Wert

Alter/Medium	Freunde	Druckmedien	Internet
0-25	+6	-10	+4
26-50	+1	-8	+7
51-65+	-6	+17	-11

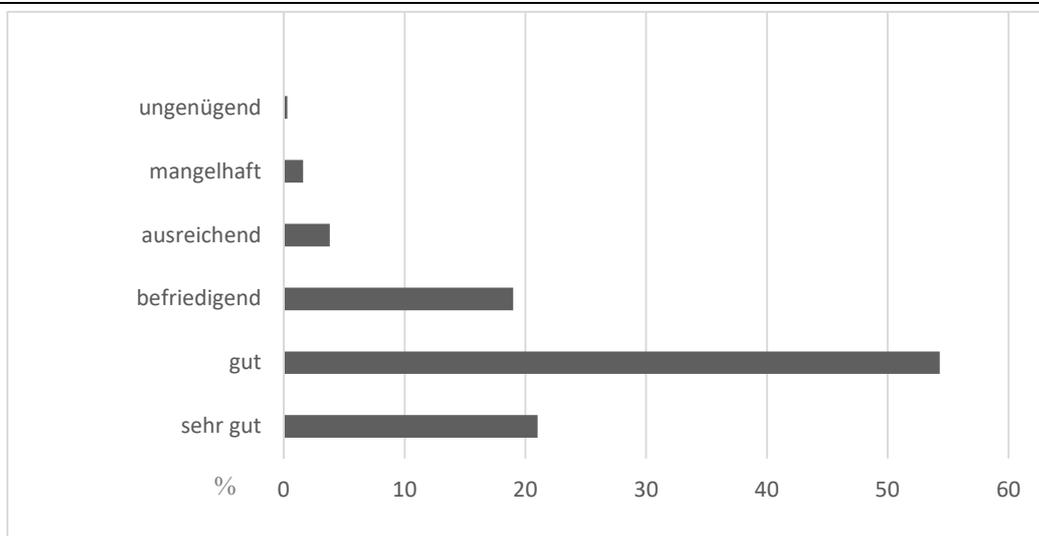
Die Forschungsergebnisse dieser Hypothese zeigen, bei welchen Aufmerksamkeitsmedien und welchen Altersklassen noch Potenzial besteht. Diese Erkenntnisse können für zielgruppenspezifische Marketingstrategien genutzt werden, um potenzielle Besucher besser zu erreichen.

### 4.1.3 Hypothese 3

Hypothese 3: *Wenn eine Person gute Architekturkenntnisse hat, dann bewertet sie Gesamteindruck des Museums kritischer.*

Für diese Hypothese wurden die Faktoren Architekturkenntnisse (siehe Abbildung 6) und Zufriedenheit betrachtet. Insgesamt haben die Besucher einen positiven Gesamteindruck des Museums. So haben 75,3% der Befragten einen guten und sehr guten Eindruck. Dies wird in folgender Grafik ersichtlich.

Abbildung 8 Gesamteindruck des Museums (n=315)



Der Hypothesentest ließ keinen Rückschluss auf einen eindeutigen Zusammenhang beider Variablen zu. Das Ergebnis des Chi<sup>2</sup>-Test mit einem p-Wert von 0,843 begründet diese Aussage. Somit wird die genannte Null-Hypothese auf dem 95%igen Signifikanzniveau verworfen: Es besteht kein stochastischer Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit mit der Ausstellung und den architektonischen Kenntnissen einer Person.

Tabelle 3 Differenz zwischen beobachtete und erwartete Häufigkeiten

Zufriedenheit/Fachkenntnisse	Gut	Mittel	Schlecht
Sehr zufrieden	+/-0	+3	-3
zufrieden	+1	-4	+3
weniger zufrieden	+/-0	+/-0	+/-0

Ein Tabellenband mit der univariaten Verteilung der gemessenen Variablen ist in Anhang 4 hinterlegt.

## 4.2 Qualitativ

Bezüglich der Geschlechtsverteilung, der Altersverteilung und der Distanz zwischen Museum und Wohnorts der Interviewten lässt sich feststellen, dass die Merkmalsverteilungen, denen aus der quantitativen Befragung ähnlich sind. Die große Mehrheit der Befragten war explizit wegen der Radausstellung im Museum. Der Besuch erfolge fast ausschließlich aus privatem Interesse, denn bis auf vier Interviewte hatten die meisten Interviewten keinen direkten beruflichen Fachbezug zum Thema. Dennoch zählen auch Architekten, Stadtplaner und (ehrenamtlich) engagierte Radfahrer zur Stichprobe. Allgemein ließ sich feststellen, dass fast alle Interviewten regelmäßig mit dem Rad fahren und deshalb einen persönlichen Bezug zur Thematik haben.

Tabelle 4 Geschlechts- und Altersverteilung der Interviewten

Geschlecht/Alter	0-18	19-25	26-35	36-50	51-65	65+	total
weiblich	2	4	0	4	10	2	22
männlich	0	3	4	9	12	4	32
gesamt	2	7	4	13	22	6	54

In Bezug auf die nachfolgende Analyse der Besucherzufriedenheit ist anzumerken, dass sich unter den Umfrageteilnehmern sowohl Besucher, die zum ersten Mal im DAM waren, Personen, die bereits mit dem Museum bekannt waren, als auch Gäste, die eine Dauerkarte besaßen, befanden. Ein wichtiger Teil der Befragung am Deutschen Architektur Museum bestand auch darin, die Meinung der Besucher bezüglich der Ausstellung „Fahr Rad! zu erfragen. Die Gesprächspartner hatten die Möglichkeit sowohl Lob und Anerkennung für die Ausstellung als auch Kritik und Verbesserungsvorschläge zur Sprache zu bringen. Dabei war es den Ausstellungsbesuchern freigestellt, mit welchem Schwerpunkt sie auf diese Frage eingehen. Die Interviewten äußerten sich zu dem DAM allgemein und zu der Ausstellung „Fahr Rad!“ und den einzelnen Projekten. Natürlich stellen diese Vorschläge und Aussagen nur die Meinung von einzeln Befragten dar und erfüllen keinesfalls den Anspruch an Repräsentativität. Daraus lassen sich dennoch Ideen und Anregungen für zukünftige Ausstellungen ableiten.

Grundsätzlich hat allen Befragten die Ausstellung gefallen. Niemand äußerte sich ungeteilt negativ bezüglich der Ausstellung und ihrer Umsetzung. Das Thema der Ausstellung „Fahr Rad! - Rückeroberung der Stadt“ kam bei den Befragten sehr gut an. Es sei ein Thema, das in den Augen der meisten Gesprächspartner lange nicht beachtet wurde und nun endlich behandelt wird. Die Botschaft, die von dieser Ausstellung ausgehe sei die Richtige, was von zwei Besuchern folgendermaßen ausgedrückt wurde.

*„Das ist ein Zukunftsthema, endlich beschäftigen sich Leute damit“ – Frau, 64 J.*

*„Die Städte sollten Mut haben und neue Wege gehen.“ – Mann, 24 J.*

Folgende Aspekte lobten die Interviewten an der Ausstellung:

- Aktualität und Relevanz der Inhalte;
- Vielzahl der gezeigten Projekte;
- Darstellungsformen der Radprojekte mit guten Bildern und Modellen;
- Zweisprachigkeit der Texte.

Ebenso empfanden sie die Idee der Ausstellung sehr gut umgesetzt, um einen Überblick über verschiedene Beispiele für Bauwerke und Gestaltungsbeispiele aus verschiedenen Ländern zum Thema Radverkehr zu bekommen. Die Darstellungsarten dieser Projekte erhielt großen Zuspruch unter den Interviewten. Insbesondere die hohe Qualität der Bilder und die Vielzahl an gut gestalteten Modellen kam zur Sprache.

*„Sehr anschaulich gestaltet mit vielen Bildern, Modellen.“ – Mann, 24 J.*

*„...diese kleinen Modelle der Brücken und Häuser finde ich sehr schön und auch viele Bilder sind da, da Texte desweilen eher tröge sind.“ – Mann, 23 J.*

Doch auch die klassische Darstellungsweise in Textform bekam Anerkennung durch die Besucher. Dabei fiel auch die angebotene Zweisprachigkeit der Projektbeschreibungen als positiv nennenswerter Aspekt auf.

*„Dass alle Texte auf Deutsch und Englisch sind, ist eine Bereicherung.“ – Frau, 66 J.*

Den Teilnehmern der Interviews fiel auch der Einfallsreichtum der Gestalter der Ausstellung auf. Insbesondere die Art und Weise wie die baulichen Gegebenheiten im Museum genutzt wurden, um sie als zusätzliche Ausstellungsflächen zu nutzen.

*„Clever - die Nutzung der Fensterflächen als Ausstellungsfläche“ – Mann, 34 J.*

Zusammengefasst finden sich viele positive Stimmen zu der Ausstellung in vielen Bereichen und Aspekten.

Neben viel Lob und Anerkennung gab es von Seiten der Befragten auch Kritik und Verbesserungswünsche. Dabei wird wieder deutlich, dass die Besucher ganz unterschiedliche persönliche Meinungen und Anforderungen an die Ausstellung hatten. Die Verbesserungswünsche lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Bessere Klimatisierung in den Ausstellungsräumen;
- Orientierung innerhalb des Museums verbessern;
- Größere Schrift der Informationstexte verwenden;
- Angebot von Führungen erweitern mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten und Zielgruppen;
- Mehr Interaktion/Interaktivität ermöglichen;
- Stärkeren regionalen Bezug herstellen.

In Bezug auf die Klimatisierung der Ausstellungsräume lässt sich festhalten, dass der Sommer 2018 durch konstant hohe Temperaturen für ein durchgängig aufgeheiztes Gebäude sorgte. Unter diesem Problem litt der Ausstellungsraum. Es ist davon auszugehen, dass die Besucher dadurch kürzer in der Ausstellung verblieben oder potenzieller Besucher abgeschreckt wurden. Eine Lösung dieses Problems könnte der Einbau einer Klimaanlage schaffen.

Andere Befragten äußerten die Kritik einer schlechten Orientierung im Museum allgemein und auch in der Ausstellung selbst. Es sei schwer, von einer Ausstellung geleitet in eine andere zu kommen oder eine gezielte Ausstellung innerhalb des Hauses schnell zu finden.

Innerhalb der Ausstellung bemängelten 12 Gesprächspartner die Strukturierung/Gruppierung der Projekte. Ihnen fehlte häufig ein sogenannter roter Faden, der sie durch die Ausstellung geleitet.

*„Mir war die Gruppierung/Strukturierung nicht ganz klar.“ – Frau, 25 J.*

*„Mir hat der Kontext gefehlt, der den Laien an die Hand nimmt und ihm erklärt, warum das ein Zukunftsthema ist.“ – Frau, 50 J.*

*„Ich empfand es als etwas trocken mit den Anschautafeln und Fotos dazu, man hätte es etwas anschaulicher und interessanter machen können.“ – Mann, 58 J.*

Als Beispiele für eine besser Anschaulichkeit der Themen wurde ein Lastenrad genannt, das man vor Ort ausprobieren könnte oder einen Fahrradsimulator, mit dem man beispielsweise durch die gezeigten Projekte radeln könnte. Die Ausstellung sollte laut Besucher durch adäquate bewegliche Exponate ergänzt werden, um den Aspekt der Bewegung hervorzuheben. Von sechs Besuchern wurde angemerkt, dass sie sich in der Ausstellung ein paar Beispiel Projekte aus Frankfurt oder der Region gewünscht hätten. Inhaltlich wurde außerdem angeregt, die Projekte im Gesamtkontext der Stadt zu zeigen. Es entstand der Wunsch nach einer stärkeren Einbettung in städtische Gesamtkonzepte. Es kam das Interesse auf, zu erfahren was die abgebildeten Projekte in der jeweiligen Stadt bewirkt haben.

### 4.3 Synthese Empfehlungen

Aus den Ergebnissen der quantitativen Befragungen am DAM gewinnt man ein Gesamtbild der befragten Besucher der Ausstellung. So zeigte sich, dass die Hälfte der Befragten Erstbesucher

des Deutschen Architekturmuseums sind. In Bezug auf die Distanz zwischen dem Museum und den Wohnorten der Befragten liegt das arithmetische Mittel bei 144,2 km. Dies wird auch in den Tiefeninterviews bestätigt, da ein beachtlicher Teil der Interviewten explizit wegen der Ausstellung nach Frankfurt reist. Des Weiteren wird auch durch die Bewertung der Architekturkenntnisse in der quantitativen Befragung erkennbar, dass die Ausstellung Fachfremde anzieht. Zwei Fünftel der Besucher schätzten ihre persönlichen Fachkenntnisse in Architektur als „eher schlecht“ oder schlechter ein. Auch aus den qualitativen Interviews geht hervor, dass zum größten Teil fahrradinteressierte Personen die Ausstellung aufsuchen. Es ist davon auszugehen, dass das DAM mit der Ausstellungsthematik ein neues Publikum angesprochen hat. Umso interessanter ist es zu erkennen, wie die Besucher auf die Ausstellung aufmerksam wurden. Aus dem Ergebnis der aufgestellten Hypothese *„Je jünger eine Person ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie durch digitale Medien auf das Museum aufmerksam wurde“* lässt sich eine konkrete Handlungsempfehlung formulieren. So spricht der Zusammenhang zwischen Alter und Aufmerksamkeitsmedium für eine gezielte Verwendung von digitalen und sozialen Medien zu Werbezwecken.

In puncto Besucherzufriedenheit ergibt sich in beiden Befragungen ein positives Gesamtbild. 94,5% der befragten Besucher sind allgemein zufrieden mit dem DAM und 73,7% würden das DAM auch wieder besuchen. Ferner würden 95,2% der Befragten die Ausstellung weiterempfehlen. Der Charakter der Tiefeninterviews lies mehr Raum für Kritik und Verbesserungsvorschläge, was die Interviewten auch nutzen. Aus den Tiefeninterviews gingen neue Aspekte hervor, welche die Ausstellung aus einer anderen Perspektive detailliert beleuchteten. So wird deutlich, dass die Besucher die Darstellungsformen zwar loben, sich aber noch ergänzende interaktive Elemente in der Ausstellung wünschten.

## 5 Fazit/Ausblick

Der Erkenntnisgewinn der Untersuchungen ist für zukünftige Projektevaluationen und Ausstellungen des Museums gleichermaßen von Bedeutung. Die Kooperation mit dem Studiengang Mobilitätsmanagement erlaubte es den Studierenden Praxiserfahrung bei der Konzeption und Durchführung einer Erhebung zu erwerben. Darüber hinaus bieten die Daten die Möglichkeit zur Analyse von Mobilitätsbedürfnissen.

Die Integration zwei Erhebungsmethoden eröffneten unterschiedliche Perspektiven auf die Ausstellung „Fahr Rad! Die Rückeroberung der Stadt“. Jedes verwendete Verfahren nimmt

einen spezifischen Blickwinkel ein. Die wichtigste Erkenntnis ist die hohe Anzahl an Erstbesuchern, die explizit wegen der Ausstellung das DAM aufsuchen. Für künftige Projekte am DAM empfiehlt es sich näher auf die Motivation der Besucher einzugehen und anhand von sozialpsychologischen Theorien zu erklären, warum eine Person das Museum aufsucht. Dies ermöglicht es, gezielt auf Wünsche und Erwartungen der Besucher einzugehen sowie zielgruppenspezifisch für das Museum zu werben.

Darüber hinaus empfiehlt es sich die Anreise der Besucher stärker in Betracht zu ziehen. Denkbare Projekte am DAM können sich mit der Frage beschäftigen, wie das Museum die Nutzung des ÖPNV und des NMIV, wie das Zufußgehen oder das Radfahren, bei der Anreise fördern kann. Diese Aspekte können im Rahmen von weiteren Studienprojekten in Form von integrierten Maßnahmenkonzepten ausgearbeitet werden.

## Literaturliste

- Becker A, Lampe, S, (2018a) Ausstellungskonzept „FAHR RAD! Die Rückeroberung der Stadt“, Deutsches Architekturmuseum.
- Becker, A. Lampe, S. (2018b) Evaluierungskonzept der Ausstellung „FAHR RAD! Die Rückeroberung der Stadt“, Deutsches Architekturmuseum.
- Bogner, A., Littig, B. und W. Menz (2014) Experteninterviews. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Flick, U. (2007) Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Hamburg: Reinbek.
- Flick, U. (2011) Triangulation. Eine Einführung, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Gläser, J. und G. Laudel (2010) Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. 4. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag.
- Marshall, M. N. (1996) Sampling for qualitative research. Family Practice, 13, 522-525. Online abrufbar: [https://47-269-203-spr2010.wiki.uml.edu/file/view/Research\\_I\\_20090916221539453.pdf/116402723/Research\\_I\\_20090916221539453.pdf](https://47-269-203-spr2010.wiki.uml.edu/file/view/Research_I_20090916221539453.pdf/116402723/Research_I_20090916221539453.pdf) [10.08.2018].
- Google Analytics (2018) Verteilung des Besucheraufkommens am DAM, <https://www.google.de/search?client=firefox-b&dcr=0&q=deutsches+architekturmuseum+%C3%B6ffnungszeiten&sa=X&ved=0ahUKEwiQvtztvqXZAhUSzKQKHQ2kCCg4ChDVAghkKAM&biw=1920&bih=927> [19.02.2018].

# Anhänge

## Anhang 1 Informationen zum Datenschutz

---

### Informationspflicht bei Erhebung von personenbezogenen Daten nach Art.13 – EU-DSGVO:

#### Namen des Verantwortlichen und Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten

*Herr Prof. Dr. Matthias Kowald*

*Kurt-Schumacher-Ring 18*

*65197 Wiesbaden*

*E-Mail: [matthias.kowald@hs-rm.de](mailto:matthias.kowald@hs-rm.de)*

*Telefon : [+49 611 9495 1949](tel:+4961194951949)*

#### Zwecke, für die die personenbezogenen Daten verarbeitet werden sollen

*Ziel der Befragung ist die Ermittlung der Besucherzufriedenheit und Hintergrundwissen zur Anreise.*

*Die Informationen zur Besucherzufriedenheit dienen der Verbesserung der Ausstellung und der Ausstellungsräume des Deutschen Architekturmuseums.*

*Die Hintergrundinformationen zur Anreise dienen der Prüfung der Verkehrsanbindung des DAM und der Erarbeitung von Alternativen für eine nachhaltige Besuchermobilität.*

#### Wer ist der Empfänger der personenbezogenen Daten?

*Die Daten werden anonym durch die Studierenden des Studiengangs Mobilitätsmanagement ausgewertet und sind nur Angehörigen des Studiengangs zugänglich. Die abgefragten Adressangaben dienen der Berechnungen von Distanzen und werden sofort danach gelöscht. Nach Abschluss der Arbeiten, spätestens 2020, werden alle Daten vollständig gelöscht. Das Ziel der Studie sind aggregierte Aussagen wie: „X% der Besucher des DAM leben Y oder mehr Kilometer vom Museum entfernt.“*

#### Wie lange ist die Dauer, für die die personenbezogenen Daten gespeichert werden?

*Die abgefragten Adressangaben dienen der Berechnungen von Distanzen und werden sofort danach gelöscht. Nach Abschluss der Arbeiten, spätestens 2020, werden alle Daten vollständig gelöscht.*

#### Rechte und Einschränkungen

Es besteht das **Rechts auf Auskunft** seitens des Verantwortlichen über die betreffenden personenbezogenen Daten.

Weiterhin besteht das **Recht der Berichtigung** oder **Löschung** oder auf **Einschränkung der Verarbeitung** seitens des Verantwortlichen über die betreffenden personenbezogenen Daten.

Auch besteht das **Widerspruchsrecht** gegen die Verarbeitung sowie das **Recht auf Datenübertragbarkeit**.

Zur Wahrnehmung dieser Einschränkungen und Rechte kontaktieren sie den oben notierten Datenschutzbeauftragten der **Hochschule RheinMain**.

---

## Anhang 2 Erhebungsinstrument der quantitativen Befragung

---

### Befragung zu der Ausstellung „Fahr Rad! Die Rückeroberung der Stadt“ Deutsches Architekturmuseum Frankfurt am Main

#### Vorgehensweise:

Studentische Gruppen von 2-3 Personen sind an ausgewählten Tagen der Ausstellung am Ausgang positioniert und bitten die Ausstellungsbesucher um eine Teilnahme an der Befragung. An den restlichen Tagen liegt der Fragebogen aus und wird durch das Personal des Museums beworben.

#### Hinweise:

- Ziel der Befragung ist die Ermittlung der Besucherzufriedenheit und Hintergrundwissen zur Anreise.
- Die Befragung wird durch Studierende der Hochschule RheinMain im Rahmen eines studentischen Projekts durchgeführt.
- Die Teilnahme an der Befragung ist freiwillig.
- Die Daten werden anonym ausgewertet. Die abgefragten Adressangaben dienen der Berechnungen von Distanzen und werden danach gelöscht.
- Nach Abschluss der Arbeiten werden die Daten vollständig gelöscht.

#### **Obligatorische Einstiegsfrage (Interviewer liest vor)**

- Ich wurde über die Ziele und den Hintergrund der Befragung informiert.
- Ich wurde über die Verwendung der Daten aufgeklärt.
- Ich kann die Teilnahme verweigern und jederzeit die Verwendung meiner Daten widerrufen.

**Ich bin mit diesen Angaben einverstanden und nehme freiwillig an der Befragung teil.**

Einverstanden, freiwillige Teilnahme

Teilnahme verweigert

#### **Basisangaben (bitte vor dem eigentlichen Beginn der Befragung ausfüllen)**

**Wochentag:**

**Startuhrzeit:**

#### **Angaben zu den Besuchern des deutschen Architekturmuseums**

##### **1. Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an**

Männlich

Weiblich

**2. Wie alt sind Sie?**

0-18       19-25       26-35       36-50       51-65       65+

**3. Wo befindet sich Ihr Wohnort?**

Straße \_\_\_\_\_ Hausnummer \_\_\_\_\_  
Postleitzahl \_\_\_\_\_ Wohnort \_\_\_\_\_

**4. Schätzen Sie die Entfernung von Ihrem Wohnort zu dem Museum:**

\_\_\_\_\_ Kilometer

**5. Welchen Beruf üben Sie aus?**

<input type="checkbox"/> Arbeitnehmer/-in	<input type="checkbox"/> Student/-in	<input type="checkbox"/> Rentner/-in
<input type="checkbox"/> Selbstständige/-r	<input type="checkbox"/> Auszubildende/-r	<input type="checkbox"/> Sonstige _____
<input type="checkbox"/> Schüler/-in	<input type="checkbox"/> Hausfrau/-mann	

**6. Wie bewerten Sie Ihre Fachkenntnisse über Architektur?**

Sehr gut                            ungenügend

**7. Sind Sie zum ersten Mal im Deutschen Architekturmuseum?**

Ja (→ weiter mit Frage 9)       Nein (→ weiter mit Frage 8)

**8. Wie oft haben Sie das Museum im Jahr 2017 besucht?**

1 Mal       2 Mal  
 3 Mal       Häufiger \_\_\_\_\_

**9. Wie sind Sie auf das Deutsche Architekturmuseum aufmerksam geworden?  
(Mehrfachnennungen möglich)**

<input type="checkbox"/> Internet (→Frage 10)	<input type="checkbox"/> Freunde/Bekannte (→Frage 11)	<input type="checkbox"/> Reiseführer (→ Frage 11)
<input type="checkbox"/> Plakate (→ Frage 11)	<input type="checkbox"/> Zeitung (→ Frage 11)	<input type="checkbox"/> Andere _____ (→Frage 11)

10. Durch welche Sozialen Medien sind Sie auf das Deutsche Architekturmuseum aufmerksam geworden?	
<input type="checkbox"/> Facebook	<input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Andere _____

11. Sind Sie in Begleitung?	
<input type="checkbox"/> Ja (→ Frage 12)	<input type="checkbox"/> Nein (→ Frage 14)

12. Wer begleitet Sie?		
<input type="checkbox"/> Kollegen	<input type="checkbox"/> Familie	<input type="checkbox"/> Sonstige _____
<input type="checkbox"/> Partner	<input type="checkbox"/> Freunde	

13. Wie groß ist die Gruppengröße?		
<input type="checkbox"/> Kleinstgruppe (2-3 Personen)	<input type="checkbox"/> Kleingruppe (4-10 Personen)	<input type="checkbox"/> Großgruppe (> 10 Personen)

14. Haben Sie an einer Führung teilgenommen?	
<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> keine Führung angeboten (Mo.-Fr.)	<input type="checkbox"/> Nein

**Wie zufrieden sind die Besucher mit dem Museum und den Aspekten der Ausstellung?  
Allgemeines**

15. Wie bewerten Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis des Eintrittspreises?						
Sehr gut	<input type="checkbox"/> ungenügend					

16. Wie bewerten Sie die Freundlichkeit der Mitarbeiter?						
Sehr gut	<input type="checkbox"/> ungenügend					

17. Wie bewerten Sie die Kompetenz der Mitarbeiter?						
Sehr gut	<input type="checkbox"/> ungenügend					

## Ausstellung

**18. Wie zufrieden sind Sie mit der Aktualität der gezeigten Projekte?**

Sehr       ungenügend

**19. Wie bewerten Sie die Beschreibung der Ausstellungsstücke?**

Sehr gut       ungenügend

**20. Wie bewerten Sie die Präsentation der Ausstellungsstücke?**

Sehr gut       ungenügend

**Welchen Einfluss haben die einzelnen Aspekte auf die Gesamtzufriedenheit?**

**21. Wie ist Ihr Gesamteindruck des Deutschen Architekturmuseums?**

Sehr gut       ungenügend

**22. Sind Sie mit dem heutigen Besuch im Deutschen Architekturmuseum zufrieden?**

Ja

Nein

**23. Würden Sie das DAM wieder besuchen?**

Ja, innerhalb des nächsten halben Jahres

Ja, innerhalb der nächsten zwei Jahre

Ja, innerhalb des nächsten Jahres

Nein, weil \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**24. Stellen Sie sich vor, Sie spenden 100 € an das Museum. Wie würden Sie diese verteilen?**  
 Ich spende zur Verbesserung der ....

	Anteil [€]
Qualität der Ausstellungsstücke	_____ €
Präsentation der Ausstellungsstücke	_____ €
Orientierung im Museum	_____ €
Fortbildung der Mitarbeiter	_____ €
Einrichtung des Museums	_____ €
Sonstige: _____	_____ €

**Welche Optionen zur Freizeitgestaltung sehen die Besucher als Alternativen zum Museum?**

**25. Betrachten Sie bitte den Zeitraum der letzten drei Monate.**  
 Wie häufig waren Sie im:

	keinmal	1 Mal	2-3 Mal	öfter
Kino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Theater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opernhaus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tierpark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freizeitpark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konzert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restaurant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Wird das Museum weiterempfohlen, bzw. Gründe gegen eine Weiterempfehlung**

**26. Empfehlen Sie das Museum weiter?**

<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein, weil _____ _____
-----------------------------	--



**30. Schätzen Sie die Verkehrsmittelnutzung bei der Anreise zu dem Museum. Schätzen Sie dabei bitte den Streckenanteil, zu dem Sie das jeweilige Verkehrsmittel genutzt haben. Ihre Angaben sollten insgesamt 100% ergeben.**

*Beispiel: Frau Müllers Anreiseweg beträgt 10 Km, heute Morgen fuhr sie zunächst mit dem Rad 0,5 Km zur S-Bahnhaltestelle, nutzte danach 8 Km die S-Bahn und fuhr anschließend noch einmal 1,5 Km mit dem Rad zu dem Deutschen Architekturmuseum. Frau Müllers Angaben zur Frage lauten in diesem Fall: Bus und Bahn (Regionalverkehr): **80%** (8 Km); Fahrrad: **20%** (2 Km).*

	Anteil [%]
PKW als Fahrer/in (allein)	_____ % ( > 0% → weiter F.31; = 0% → weiter F.34)
PKW als Mitfahrer/in	_____ % ( > 0% → weiter F.31; = 0% → weiter F.34)
Motorisiertes Zweirad (Motorrad, Moped, Krad)	_____ %
Fahrrad	_____ %
Pedelec/E-Bike	_____ %
zu Fuß	_____ %
Bus und Bahn (Regionalverkehr)	_____ %
U-Bahn	_____ %
Tram	_____ %
EC/IC	_____ %
ICE	_____ %
Sonstige: _____	_____ %

**31. Wenn Sie mit dem Pkw anreisen, ist der von Ihnen genutzte Stellplatz kostenpflichtig? Bitte geben Sie den entsprechenden Preis bei anfallenden Kosten an.**

ja  nein

Preis: \_\_\_\_\_ € pro  Stunde  Tag

**32. Wo haben Sie geparkt?**

Parkhaus Villa Kennedy

Parkhaus Am Theater

Parkhaus Untermainanlage

Parkhaus Alt-Sachsenhausen

Parkhaus Baseler Platz

öffentlicher Straßenraum

Sonstige \_\_\_\_\_

**33. Wie weit ist nach Ihrer Kenntnis die nächste, für den Weg zu dem Museum relevante Bus- oder Bahnhaltestelle von Ihrer Wohnung entfernt?**

- unter 100 m
- 100 - 199 m
- 200 – 499 m
- 500 – 999 m

- 1 – 2 km
- mehr als 2 km
- weiß ich nicht

**34. Haben Sie vor Anreise an eine verkehrliche Alternative gedacht?**

ja

nein

### Erreichbarkeit des Museums

**35. Wie bewerten Sie die Verkehrsanbindung des Museums?**

Sehr gut       ungenügend

**36. Bitte bewerten Sie, wie leicht Sie den Weg ins Museum nach Sachsenhausen gefunden haben.**

Sehr gut       ungenügend

**37. Haben Sie konkrete Optimierungsvorschläge für eine bessere Erreichbarkeit des Museums?**

ja, und zwar \_\_\_\_\_

nein

### Multimodalität und Radnutzung

**38. Nutzen Sie Park&Ride?**

*Sie fahren mit Ihrem Auto zu einem Parkplatz und steigen von Ihrem Auto auf Bus oder Bahn um.*

ich nutze Park&Ride

ich nutze kein Park&Ride

Bitte geben Sie den Ort an, an dem Sie vom Auto auf Bus oder Bahn umsteigen:

\_\_\_\_\_

**39. Nutzen Sie Bike&Ride?**

*Sie fahren mit Ihrem Fahrrad zu einer Fahrradabstellanlage und steigen von Ihrem Rad auf Bus oder Bahn um.*

ich nutze Bike&Ride

ich nutze kein Bike&Ride

Bitte geben Sie den Ort an, an dem Sie vom Fahrrad auf Bus oder Bahn umsteigen:

\_\_\_\_\_

**40. Besitzen Sie ein Fahrrad?**

ja

nein

**41. Fahren Sie in Frankfurt am Main mit dem Fahrrad?**

ja

nein

**42. Würde das Fahrrad für Sie auf Ihren Wegen in Frankfurt am Main in Frage kommen?**

Nein

Ja

Ja, wenn bessere Abstellanlagen vorhanden wären

Ja, wenn die Wegeinfrastruktur besser wäre

Ja, wenn \_\_\_\_\_

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt.

### Anhang 3    Gesprächsleitfaden der qualitativen Tiefeninterviews

#### Leitfaden Tiefeninterviews

Datum	
Uhrzeit	

#### 1. Wer besucht das DAM?

Danke für Ihre freiwillige Teilnahme an dem Interview. Warum sind besuchten Sie heute die Radausstellung? Wie sind Sie auf die Ausstellung aufmerksam geworden?

Anzu-		Beant-
	Sind Sie wegen der Ausstellung „Fahr Rad!“ hier?	
	Wie sind Sie auf die Ausstellung aufmerksam geworden?	
	Warum besuchen Sie diese Ausstellung?	
	Wohnen Sie in Frankfurt? Was machen Sie sonst noch in Frankfurt?	
	Welchen Beruf üben Sie aus? Hat Ihr Beruf etwas mit der Radausstellung zu tun?	
	Wie sind Sie angereist?	
	Waren Sie schon einmal hier im DAM?	
	Wie empfinden Sie das DAM im Vergleich zu anderen Museum, welche Sie bisher besucht haben?	
	Hat Ihnen etwas in der Ausstellung gefehlt? Darstellung, Schriftgröße, Informationen, Interaktivität	

## 2. Besucherzufriedenheit

Uns interessiert, ob Sie mit dem heutigen Besuch zufrieden sind. Wie hat Ihnen die Ausstellung gefallen? Welche Erwartungen hatten Sie an den Besuch?

	Welche Erwartungen hatten Sie an den heutigen Besuch?	
	Wurden diese erfüllt?	
	Wie gefällt Ihnen die Ausstellung allgemein?	
	Ist Ihnen ein Projekt besonders in Erinnerung geblieben?	
	Wie haben Sie sich beim Durchgehen der Ausstellung gefühlt? Orientierung, etc...	
	Welche Botschaft vermittelt aus Ihrer Sicht die Ausstellung?	
	Was nehmen Sie von Ihrem heutigen Besuch am DAM mit?	
	Welche Besuchergruppe spricht diese Ausstellung aus Ihrer Sicht am Meisten an?	
	Was könnte Ihrer Meinung nach an der Ausstellung verbessert werden?	
	In welche Richtung müsste sich Ihrer Meinung nach das DAM entwickeln, um für die Zukunft weiterhin erfolgreich aufgestellt zu sein?	

### 3. persönliche Radnutzung und Hintergründe

Das Thema Radfahren ist hier das Hauptthema dieser Ausstellung, da liegt es nahe auch etwas über Ihr persönliche Radnutzung zu erfahren.

	Welchen Stellenwert hat das Fahrrad in Ihrem Leben und Ihrer alltäglichen Mobilität?	
	Besitzen Sie ein Fahrrad? Welches Rad besitzen Sie?	
	Warum fahren Sie Rad? Was ist Ihre Motivation das Rad zu nutzen? Ökologische Nachhaltigkeit?	
	Wo fahren Sie für gewöhnlich mit dem Rad?	
	Wie fühlen Sie sich im Straßenverkehr?	
	Was sagt ihr persönliches Umfeld dazu, dass Sie regelmäßig das Rad nutzen/ nicht nutzen?  Sind Sie der Meinung, dass dieses Verhalten von Ihnen erwartet wird? Ist es Ihre Motivation, diesen Erwartungen gerecht zu werden?	
	Würden Sie gerne etwas an Ihrem momentan Radverhalten ändern?  Was hindert Sie daran?  Was müsste für Sie passieren, dass Sie das Fahrrad auf Ihren täglichen Wegen (häufiger) nutzen?	
	Haben Sie bereits negative Erfahrungen als Radfahrer gemacht?	
	Welche Erfahrungen haben Sie mit dem Radfahren im Ausland?	
	Was war anders als hier in Deutschland?	
	Wie haben Sie sich dort im Straßenverkehr gefühlt?	
	Was denken Sie, muss im städtischen Raum für Radfahrer in Deutschland konkret getan werden?  Abstellanlagen?	

#### 4. Meinungen

	Sind Sie der Meinung, dass Radfahrer politisch genug vertreten sind? (evtl. eigene Stadt als Beispiel/ Probleme dort)	
	Warum ist der der Titel der Ausstellung passend oder warum trifft der Titel nicht zu? (FahrRad! -Rückeroberung der Stadt)	
	Wie stellen Sie sich die perfekte Stadt vor?	
	Sollen Sich die Städte radikal ändern? (Straßen reduzieren, etc)	

#### 5. Soziodemographie

	Alter	
	Geschlecht	
	Wohnort	

---

## Anhang 4 Tabellenband der quantitativen Befragung

Position	Fragen ID			Absolute Werte	Relative Werte
1		id			
2		lastpage			
3	A1	Interviewer			
4	A2	I_day			
		Montag	A1	0	0
		Dienstag	A2	47	13,9
		Mittwoch	A3	40	11,8
		Donnerstag	A4	35	10,4
		Freitag	A5	108	32,0
		Samstag	A6	48	14,2
		Sonntag	A7	60	17,8
5	A3	I_time			
6	B1	Datenschutz			
		Ich bin Einverstanden, freiwillige Teilnahme	A1	339	100
		Ich bin nicht Einverstanden, Teilnahme verweigert	A2	0	0
7	C1	sex			
		weiblich	F	134	40
		männlich	M	202	60
8	C2	age			
		0-18	A1	9	2,7
		19-25	A2	42	12,5
		26-35	A3	55	16,4
		36-50	A4	52	15,5
		51-65	A5	97	28,9
		65+	A6	81	24,1
9	C3	distanz_berechnet	#Aufgrund eines Fehlers in dieser Variable erfolgt keine Ausgabe		
10	C4	distanz_geschätzt	km	Arithmetisches Mittel: 118,5	Median: 30

11	C5	work			
		Arbeitnehmer/-in	A1	128	38,1
		Selbstständige/-r	A2	35	10,4
		Schüler/-in	A3	9	2,7
		Student/-in	A4	48	14,3
		Auszubildende/-r	A5	5	1,5
		Hausfrau/-mann	A6	4	1,2
		Rentner/-in	A7	86	25,6
		Sonstige:	-oth-	21	6,2
12		work_sonstige:			
			Arbeitslos	1	
			Arzt	1	
			Beamter	1	
			Ehrenamt	1	
			Lehrer	1	
			Lehrerin	1	
			Pensionär	1	
			Professorin	1	
			Soldat	1	
			Sonstiges	5	
13	C6	FkArch			
		sehr gut	A1	21	6,2
		gut	A2	55	16,3
		eher gut	A3	120	35,5
		eher schlecht	A4	85	25,1
		schlecht	A5	34	10,1
		sehr schlecht	A6	21	6,2
14	C7	FirstTime-DAM			
		Ja	Y	168	50,6
		Nein	N	164	49,4
15	C8	No_Visit2017			
		1 Mal	A1	48	31,0
		2 Mal	A2	47	30,3
		3 Mal	A3	34	21,9
		Häufiger:	-oth-	26	16,8
16	C9	No_Visit2017_oth er			
			keinmal	1	
			3-4 Mal	1	

			4 Mal	6	
			5 Mal	7	
			8 Mal	2	
			10 Mal	3	
			21 Mal	1	
			30 Mal	1	
17		aufmerk_In- ternet		48	14,2
18		auf- merk_Freund		63	18,6
19		aufmerk_Rei- sefuehrer		10	3,0
20		aufmerk_Pla- kat		26	7,7
21		aufmerk_Zei- tung		100	29,5
22		auf- merk_other		108	31,9
			Arbeit	10	
			Ausflug ihres Kindes	1	
			Ausstellung	3	
			Bekanntes Projekt	3	
			Besuch der Stadt Ffm	1	
			Buch	1	
			Einladung	1	
			Familie	5	
			Fleyer	1	
			Hochschule	9	
			ist bekannt	43	
			Kulturpolitik	1	
			Museumsführer	1	
			Museumsuferkarte	1	
			Politikerin	1	
			Radio	4	
			Schule	4	
			vorbei gelaufen	6	
			Touristeninforma- tion	1	
			TV	4	
			Sonstiges	9	
23	C10	aufmerk- sam_fb		0	0
24		aufmerk- sam_Insta		0	0

25		aufmerksam_other		26	7,7
			„Fahrradmedien“	1	
			FAZ	1	
			Foren	1	
			Google	6	
			Google Maps	1	
			Google Sehenswürdigkeiten Frankfurt	2	
			Internetseite Museum	5	
			Museen Frankfurt	1	
			Online Zeitung	1	
			Tripvistor	1	
			Twitter	1	
			Youtube	1	
			Sonstiges	3	
26	C11	Begleitung			
		Ja	Y	114	34,1
		Nein	N	220	35,9
27	C12	Begl_Kollege		12	
28		Begl_Familie		72	
29		Begl_Partner		77	
30		Begl_Freunde		57	
31		Begl_other	Schulklasse	1	
			Betreuer, Sohn, andere Elternteile	1	
			Studiengang	1	
			Freund	1	
			Kunden	1	
			Kind	1	
			Lehrer	1	
32	C13	Grsizes			
		Kleinstgruppe (2-3 Personen)	A1	199	90,5
		Kleingruppe (4-10 Personen)	A2	17	7,7
		Großgruppe (> 10 Personen)	A3	4	1,8
33	C14	Feuhrung			
		Ja	A1	25	
		Nein	A2	263	

		keine Führung angeboten (Mo.-Fr.)	A3	48	
34	D1	Preis_Leistung			
		1	A1	76	24,3
		2	A2	117	37,4
		3	A3	73	23,3
		4	A4	30	9,6
		5	A5	12	3,8
		6	A6	5	1,6
35	D2	Freundlichkeit			
		1	A1	108	33,3
		2	A2	139	42,8
		3	A3	44	13,6
		4	A4	23	7,1
		5	A5	8	2,5
		6	A6	2	0,6
36	D3	KomptzMita			
		1	A1	46	21,4
		2	A2	103	47,9
		3	A3	50	23,3
		4	A4	12	5,6
		5	A5	1	0,5
		6	A6	3	1,4
37	E1	AktProj			
		1	A1	179	54,1
		2	A2	122	36,9
		3	A3	20	6,0
		4	A4	7	2,1
		5	A5	2	0,6
		6	A6	1	0,3
38	E2	BeschrAusstue			
		1	A1	85	25,5
		2	A2	171	51,4
		3	A3	57	17,1
		4	A4	15	4,5
		5	A5	4	1,2
		6	A6	1	0,4
39	E3	PraeAusStue			
		1	A1	82	24,6
		2	A2	146	43,7
		3	A3	77	23,1
		4	A4	22	6,6

		5	A5	6	1,8
		6	A6	1	0,3
40	F1	GesamtDAM			
		1	A1	72	21,6
		2	A2	179	53,5
		3	A3	61	18,3
		4	A4	12	3,6
		5	A5	5	1,5
		6	A6	1	0,3
41	F2	ZufDAM			
		Ja	Y	313	94,5
		Nein	N	15	4,6
42	F3	againDAM			
		Ja, innerhalb des nächsten halben Jahres	A1	82	9,8
		Ja, innerhalb der nächsten zwei Jahre	A2	127	25,1
		Ja, innerhalb des nächsten Jahres	A3	86	38,8
		Nein, weil	-oth-	32	26,3
43		again- DAM_other	bereits öfter be- sucht	1	
			ein bisschen enttäu- schend	1	
			Entfernung	5	
			fehlendes Interesse Architektur	2	
			Keine Klimaanlage, Fehlender Wow-Ef- fekt, Andere Erwar- tungen	1	
			mangelnde Inte- resse	2	
			Wenn ähnliche Aus- stellung, dann ja	1	
			zu klein	1	
			zu wenig aktuelle Ausstellungen	1	
			das Thema nicht er- füllt	1	
			einmal reicht	1	
			es zu warm war	1	

		spezifisch wegen der Ausstellung an- gereist	2	
		wir alles gesehen haben	1	
		zu klein mehr da- runter vorgestellt	1	
		Luft schlecht	1	
		nicht anschaulich genug	1	
		Sonstiges	1	

---