**Zeitschrift:** Zeitschrift für schweizerische Archäologie und Kunstgeschichte = Revue suisse d'art et d'archéologie = Rivista svizzera d'arte e d'archeologia = Journal of Swiss archeology and art history

**Herausgeber:** Schweizerisches Nationalmuseum

**Band:** 57 (2000)

**Heft:** 1

**Artikel:** Neue Spuren im Weltbild der Schweizer : eine Sonderausstellung des Schweizerischen Landesmuseums weist den musealen Weg, aktuelle politische Fragen in kulturhistorischem Kontext zu spiegeln

**Autor:** Beste, Christina / Fröhlich, Werner

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-169579

**Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

**Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

**Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

**Download PDF:** 11.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch**

# Neue Spuren im Weltbild der Schweizer

## Eine Sonderausstellung des Schweizerischen Landesmuseums weist den musealen Weg, aktuelle politische Fragen in kulturhistorischem Kontext zu spiegeln

von CHRISTINA BESTE und WERNER FRÖHLICH

1998 wurde erstmals zu einer Sonderausstellung des Schweizerischen Landesmuseums (SLM) in Zürich eine Besucherbefragung durchgeführt. Die Ausstellung thematisierte «Die Erfindung der Schweiz 1848 bis 1998. Bildentwürfe einer Nation» und wurde dem Publikum vom 26. Juni 1998 bis zum 4. Oktober 1998 präsentiert.

Um den Dialog mit den Besuchern aufzunehmen und die sonst übliche «Einwegkommunikation» hinter sich zu lassen, entschloss sich die Museumsleitung zu einem innovativen Projekt: Durch die systematische Erhebung valider Daten hinsichtlich des Feedbacks der Besucher wurden Planungsgrundlagen für weitere Ausstellungskonzeptionen und eine besuchergerechte Zukunftsorientierung des Schweizerischen Landesmuseums bereitgestellt. Zwar fand der Abschied vom traditionellen Vitrinenmuseum längst statt, optimierte publikumsorientierte Konzepte stehen bisher jedoch noch aus. Der Anspruch der Museen hat sich in den letzten Jahren entscheidend gewandelt. Die Dokumentation von Vergangenem und Bestehendem wird ergänzt bzw. abgelöst von problemorientierten Fragestellungen. Insbesondere kulturhistorische Museen schlagen fortschrittliche Wege ein, um diesem Prozess gerecht zu werden. Einzigartige Sonderausstellungen entsprechen diesem Trend zur Neuorientierung. Das Museum wird zur Drehscheibe relevanter gesellschaftlicher Kommunikation im Sinne eines Dialogs zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Die im folgenden dargestellten Ergebnisse der Besucherbefragung dokumentieren den Weg der Einbeziehung des Besuchers als Dialogpartner hinsichtlich übereinstimmender und / oder kontroverser Vorstellungen einer Schweizer Identität im Laufe der Geschichte.

Doch kritische Museumsbesucher wollen mehr! So lieferte die Befragung über die skizzierten Ergebnisse hinaus wichtige Einsichten in die Erwartungen des Publikums an ein Schweizer Landesmuseum der Zukunft.

### Konzeption

Die Begleitung der Sonderausstellung 1998 «Die Erfindung der Schweiz 1848–1998» des Schweizerischen Landesmuseums (SLM) durch eine Besucherbefragung, die vom Sozialwissenschaftlichen Institut München zusammen mit dem SLM konzipiert wurde, verfolgte u.a. folgende Ziele:

- Erfassung des Besucherprofils
- Beurteilung der Sonderausstellung und deren Präsentationsform
- Erhebung der Erwartungen an ein Schweizer Landesmuseum der Zukunft (nach der Renovation)
- Messung vorhandener bzw. vorherrschender Vorstellungen einer «Schweizer Identität» nach der Rezeption der Ausstellung

### Erfassung des Besucherprofils

#### *Stichprobe*

Dazu wurden in drei Wellen und einer zweitägigen Zusatzerhebung insgesamt 414 Besucher/innen befragt, die im Ausgangsbereich der Ausstellung nach einem Zufallsverfahren ausgewählt wurden. Insgesamt haben sich 49% der angesprochenen Besucher/innen an der Untersuchung beteiligt. Die durchschnittliche Befragungsquote für die Gesamtuntersuchung lag bei ca. 18%.

#### *Repräsentativität*

Mit geringen Einschränkungen kann davon ausgegangen werden, dass die Befragung ein realistisches Abbild aller Ausstellungsbesucherinnen und -besucher gibt.

#### *Altersverteilung*

Im Vergleich zur Schweizer Bevölkerung sind bei den Befragten vor allem die 60- bis 74jährigen überproportional vertreten. Das Durchschnittsalter der Besucherinnen und Besucher beträgt 46 Jahre. Es liegt damit im Hinblick auf vergleichbare Befragungen zu ähnlich konzipierten Ausstellungen in Bayern im unteren Bereich (vgl. Grafik 1).

#### *Geschlechterverteilung*

Wie die Verteilung von männlichen und weiblichen Besuchern in der Stichprobe zeigt, kann eindeutig von einem Männerüberschuss gesprochen werden. Auch verglichen mit der Gesamtbevölkerung sind die Männer im Ausstellungspublikum stärker vertreten. Bei den erwähnten Aus-

stellungen in Bayern liegt dagegen annähernd eine Gleichverteilung der Geschlechter vor (vgl. Grafik 2).

*Bildungsgrad*

Der Bildungsgrad der Besucherinnen und Besucher der Sonderausstellung 1998 ist im Vergleich zur Schweizer Bevölkerung überdurchschnittlich hoch. Dies deckt sich zum Grossteil mit den Ergebnissen der Besucherstudien zu den Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Im wesentlichen liegt das daran, dass Höhergebildete, wie auch die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung zeigen, im allgemeinen häufiger Ausstellungen und Museen besuchen. Erwähnenswert ist, daß es der Sonderausstellung in Zürich darüber hinaus gelungen ist, eine nicht unbedeutende Zahl von Besuchenden mit niedrigen bzw. mittleren Bildungsabschlüssen anzulocken (vgl. Grafik 3).

*Erwerbstätigkeit/-status*

Hinsichtlich der beruflichen Stellung bilden Arbeitnehmer (50%) und Rentner (22%) die stärksten Besuchergruppen. Die Ausstellungsmacher erreichten aber auch «weitere Kreise» der Bevölkerung, nämlich junge weniger gebildete Arbeitnehmer (vgl. Grafiken 4–6).

*Konfessionen*

Über 40% der Besucherinnen und Besucher gehören der evangelischen Konfession an. Knapp jede(r) dritte Befragte ist katholisch und zirka 4% des Publikums sind Angehörige einer anderen Glaubensgemeinschaft. Konfessionslos sind rund 18% der Besuchenden und 7% machen keine Angaben zu ihrer Konfessionszugehörigkeit (vgl. Grafik 7).

*Mitgliedschaften*

Ein weiteres soziodemographisches Merkmal ist die Mitgliedschaft in Organisationen: Rund 24% der Befragten gehören keiner Organisation (Gewerkschaften, Parteien, Vereine usw.) an, während der grösste Anteil der Besucher/innen (37%) Mitglied einer beruflichen Organisation ist. Ebenso viele Befragte gehören Vereinigungen mit historischen und kulturellen Inhalten an, 22% einer politischen Partei (vgl. Grafik 8).

*Publikumsinteressen*

Ihr kulturgeschichtliches Interesse bezeichnen rund 58% der Besucher als hoch. Zurückhaltender werden dagegen die Kenntnisse der Schweizer Geschichte (38%) sowie das Interesse an Kunst und Malerei (ca. 46%) eingeschätzt (vgl. Grafik 9).

*Motivation*

Als mit weitem Abstand bedeutendste Anregung zum Besuch der Sonderausstellung wird von den Befragten das spezifische «Interesse an der Geschichte der Schweiz» genannt (rund 42%) (vgl. Grafiken 10–16).

*Publikumsprofil*

Fasst man die genannten Beurteilungskriterien zusammen, so bildet den Kern des Ausstellungspublikums ein relativ hoch gebildeter, engagierter, an historischen Themen sowie an bildender Kunst interessierter und informierter Personenkreis mittleren Alters. Anzumerken ist jedoch, dass die Struktur der Befragten zu den jeweiligen Befragungszeiträumen zum Teil unterschiedlich war.

*Besucherverhalten*

Die Analyse des Besucherverhaltens zeigt auf, wie oft die Befragten im allgemeinen Ausstellungen besuchen, ob sie allein oder in Begleitung durch die Ausstellung gehen, welche Besucher/innen an Führungen teilnehmen und in welchem Umfang Texttafeln in Anspruch genommen werden.

*Besuchsfrequenz*

Wieviele Prozent der Schweizer Bevölkerung Museen oder Ausstellungen besuchen, ist nicht bekannt. Unabhängig davon ist festzuhalten, dass 9% der Befragten höchstens einmal im Jahr in Ausstellungen gehen. 56% geben an, zwei- bis fünfmal im Jahr Ausstellungen zu besuchen. Etwa jede(r) dritte Befragte kann als «versierte(r) Ausstellungsbesucher/in» bezeichnet werden. Immerhin gehen 23% alle ein bis zwei Monate in Ausstellungen und 12% besuchen sogar mehrmals monatlich eine Ausstellung. Bei der Sonderausstellung des Schweizerischen Landesmuseums liegt der Anteil der sog. «habituellen Besucherinnen und Besucher» damit noch unter dem Durchschnitt vergleichbarer anderer Studien. Relativ hoch ist dieser Anteil aber im Verhältnis zu Ausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte. Dies macht deutlich, daß die Sonderausstellung 1998 mit ihrem Thema «Die Erfindung der Schweiz 1848–1998» für eine «breitere» Schicht von Personen interessant war und ein Publikum in die Ausstellung lockte, das normalerweise äußerst selten in Museen oder Ausstellungen anzutreffen ist (vgl. Grafiken 17–21).

### *Sozialität*

Ausserhäusliche Kulturaktivitäten – wie Ausstellungsbesuche – erfolgen zum Grossteil in geselliger Art und Weise, d.h. in Begleitung anderer Personen. Dies gilt auch für diese Ausstellung: 47% der Befragten haben sie gemeinsam mit dem (Ehe-)Partner, mit Freunden, Verwandten, Bekannten oder Arbeitskollegen besucht. Vier von zehn Befragten sind hingegen alleine gekommen. Der Anteil von Gruppenbesucherinnen und -besuchern (vorwiegend Schulklassen, Reisegruppen, Kulturvereine usw.) beträgt rund 9%. Hervorzuheben ist, dass die Zahl der Einzelbesucher bei dieser Sonderausstellung im Vergleich zu anderen Ausstellungen (z.B. den Landesausstellungen des Hauses der Bayerischen Geschichte) relativ hoch ist. Teilweise ist er mehr als doppelt so hoch wie bei diesen Ausstellungen (vgl. Grafiken 22–28).

### *Führungen*

Von den insgesamt 414 Befragten haben 61 an Führungen teilgenommen, das sind rund 15%. Die Personen, die mit einer Gruppe zur Ausstellung kommen, nehmen sehr viel häufiger an einer Führung teil als diejenigen in anderen Konstellationen. Interessant ist der Aspekt, dass das hochgebildete Ausstellungspublikum nicht so häufig Führungen in Anspruch nimmt wie Besucher mit niedrigem Bildungsabschluss. Bemerkenswert ist zudem, dass Befragte, die die Ausstellung bereits vorher schon einmal besucht hatten, hoch signifikant öfter an einer Führung teilnehmen als solche Besucher, die zum ersten Mal in der Ausstellung sind. Das mag unter Umständen damit zusammenhängen, dass beim ersten Besuch das Interesse für das Ausstellungsthema geweckt wurde. Man versucht deshalb bei einem zweiten Besuch, durch die über die Führung vermittelten Informationen, diesem Interesse zu genügen. Für das Schweizerische Landesmuseum ist aufschlussreich, dass die Schweizer Besucherinnen und Besucher öfter geführt durch die Ausstellung gehen als die ausländischen Gäste der Sonderausstellung. Dies ist sicher auch Ausdruck des umfassenden Interesses der Einheimischen am Thema der Sonderausstellung. Schliesslich gilt es festzuhalten, dass die Teilnahme an einer Führung mit dem Zeitpunkt der Befragung variiert, wobei die Besucher/innen der dritten Erhebungswelle am häufigsten an einer Führung teilnehmen (vgl. Grafiken 29–33).

### *Rezeption der Texte*

Über die Hälfte der Befragten hat fast alle (Raumeinführungs-) Texte gelesen. Rund 45% lesen nur einige dieser Texte und jede(r) 25. Besucher/in interessiert sich nach eigener Aussage für keinen dieser Texte. Auch diese Untersuchung zeigt, dass die Beschäftigung mit den Texten in Abhängigkeit zur Teilnahme an einer Führung zu sehen ist: Jener Teil des Publikums, der geführt durch die Ausstellung geht, liest deutlich weniger Texte. Unter Berücksichtigung dieser Tatsache ist festzuhalten, dass die höhergebildeten Besuchenden im allgemeinen mehr Ausstellungstexte lesen und versierte Ausstellungsbesucherinnen und -besucher viel häufiger als die anderen Befragten «fast alle Texte» lesen. Wie nicht anders zu erwarten, hängt das Interesse an den Texten mit den allgemeinen (kultur-) geschichtlichen Interessen und Kenntnissen zusammen: Je höher das eigene Interesse bzw. die Kenntnisse in diesem Bereich eingestuft werden, umso umfassender werden auch die Texte in der Sonderausstellung gelesen. Besucher/innen, die interessengeleitet und motiviert in die Ausstellung kommen, nehmen mehr Informationen über die Texte auf, als solche Befragte, die keine interessengeleitete Anreizstruktur aufweisen (vgl. Grafiken 34–39).

### *Intensität des Ausstellungsbesuches*

Die Rezeption einer Ausstellung ist u.a. davon abhängig, wie intensiv die Besuchenden sich mit ihr auseinandersetzen. Die Intensität des Ausstellungsbesuches ist in der vorliegenden Untersuchung über zwei Dimensionen erfasst worden, nämlich die Besuchshäufigkeit und die Besuchsdauer.

Nahezu alle Besucherinnen und Besucher waren zum Zeitpunkt der Befragung zum ersten Mal in der Ausstellung (91%).

In der Ausstellung selbst verbrachten die Besucher durchschnittlich 85 Minuten. 40% der Befragten blieben bis zu einer Stunde und rund 7% der Besucher waren über zwei Stunden in der Ausstellung. Ältere Besucher/innen halten sich in der Ausstellung signifikant länger auf als das jüngere Publikum. Befragte, die interessengeleitet motiviert sind, verweilen länger in der Ausstellung. Je höher die eigenen Kenntnisse der Schweizer Geschichte eingestuft werden, desto länger bleibt das Publikum in den Ausstellungsräumen. «Mehrfachbesucher» beschäftigen sich hoch signifikant länger in der Ausstellung, als «Erstbesucher». Der vorherige Besuch führt also nicht zu einem kürzeren Nachfolgebesuch, sondern zu einer noch intensiveren Beschäftigung mit einzelnen Exponaten und dem Ausstellungsthema. Einzelbesucher/innen verweilen tendenziell länger in der Ausstellung als Gruppenbesucher/innen (vgl. Grafiken 40–41).

## Beurteilung der Sonderausstellung «Erfindung der Schweiz» und deren Präsentationsformen

### *Themenbereiche*

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die einzelnen Abteilungen der Sonderausstellung alle positiv bewertet werden. Die Mehrheit des Publikums ist sich in ihrem Urteil einig: Zwischen rund 54% und etwa 63% der befragten Besucherinnen und Besucher beurteilen die evaluierten Abteilungen mit «gut» bzw. «sehr gut». Favorit ist dabei das Thema «Ruhmeshalle mit dem Fresko von Ferdinand Hodler» (vgl. Tabellen 1 und 2).

tungsaspekt vorziehen, haben ebenfalls eine entsprechend positivere Einstellung zur Ausstellung. Befragte, die mit dem gesamten Ausstellungskonzept zufrieden sind, weil ihre Erwartungen erfüllt wurden, bewerten auch die Ausstellung als ganzes signifikant besser.

### *Textbeurteilung*

Die Raumeinführungstexte werden hinsichtlich ihrer Verständlichkeit von 86% der befragten Besucher/innen, welche die Texte gelesen haben, als «gut» bezeichnet. Ein Grossteil des Ausstellungspublikums (rund 81%) ist auch mit der Ausführlichkeit der Texte zufrieden und befindet diese für «gerade recht» (vgl. Grafiken 44–48).

| | 6<br>sehr gut | 5<br>gut | 4<br>befriedigend | 3<br>ausreichend | 2<br>mangelhaft | 1<br>ungenügend | Mittelwert |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| I Die frühen nationalen Bilder | 64<br>17,5% | 138<br>37,8% | 101<br>27,7% | 34<br>9,3% | 22<br>6,0% | 6<br>1,6% | 4,47 |
| II Die Ruhmeshalle mit dem Fresko von Ferdinand Hodler | 119<br>32,2% | 115<br>31,2% | 65<br>17,6% | 41<br>11,1% | 21<br>5,7% | 8<br>2,2% | 4,67 |
| III Das Schweizbild zur Zeit der geistigen Landesverteidigung | 79<br>21,4% | 137<br>37,0% | 85<br>23,0% | 35<br>9,5% | 23<br>6,2% | 11<br>3,0% | 4,49 |
| IV Die Bilder der Schweiz in den künstlerischen Darstellungen | 65<br>18,0% | 130<br>35,9% | 97<br>26,8% | 46<br>12,7% | 19<br>5,2% | 5<br>1,4% | 4,44 |
| Gesamtbewertung | 327<br>22,3% | 520<br>35,5% | 348<br>23,8% | 156<br>10,6% | 85<br>5,8% | 30<br>2,0% | 4,52 |

Tabelle 1: Bewertungen der Ausstellungsabteilungen.
Die angegebenen Mittelwerte berechnen sich aus der Bewertung von 1= sehr gut bis 6 = ungenügend.

| Eindrucksvollstes Ausstellungsobjekt | Anzahl der Nennungen | Anteil in % |
|---|---|---|
| 1. Hodler-Entwürfe und -Fresken | 113 | 38,7 |
| 2. Plakate zu unterschiedlichen Themen | 19 | 6,5 |
| 3. Diverse Exponate zu «Frauenstimmrecht» | 16 | 5,5 |
| 4. Radio | 10 | 3,4 |
| 5. Viele, mehrere, einige (undifferenziert) | 10 | 3,4 |
| 6. Wehrbereitschaft | 7 | 2,4 |
| 7. Schweizer Gardist | 6 | 2,1 |
| 8. Fischli/Weiss | 6 | 2,1 |
| 9. Pass mit Judenstempel | 5 | 1,7 |
| 10. «Unschweizerisch» | 5 | 1,7 |
| 11. Keines | 3 | 1,0 |
| 12. Sonstige Angaben | 92 | 31,5 |

Tabelle 2: Eindrucksvollste Ausstellungsobjekte (Mehrfachantworten möglich; N = 292).

### *Individuelle Präferenzen*

Die Bewertung der Ausstellung ist naturgemäss individuell sehr unterschiedlich. Je älter die Besucher, desto positiver das Urteil über die Ausstellung, je niedriger der Bildungsabschluss, desto besser die Bewertung der gesamten Ausstellung (vgl. Grafiken 42 und 43). Befragte, die den Bildungsaspekt eines Museumsbesuches dem Unterhal-

### *Qualität der Führungen*

Führungen haben unterschiedliche Schwerpunkte und werden unterschiedlich präsentiert. Ihre qualitative Bewertung ist demnach von dem jeweiligen Führungspersonal abhängig. Dies ist zu berücksichtigen, wenn 86% der Befragten die Führungen als «gut» bzw. «sehr gut» einstufen. 88% sind darüber hinaus mit den während der

Führung vermittelten Informationen sehr zufrieden und befinden diese für «gerade recht». Jeweils etwa 6% der Ausstellungsbesucher/innen wünschen sich entweder etwas mehr an Information oder finden die vermittelten Informationen eher zu ausführlich.

*Infrastruktur und Service*

Infrastrukturelle Einrichtungen und Serviceleistungen des Museumsbetriebs bildeten weitere Gegenstände der Untersuchungen. Am besten bewertet wird die Wartezeit am Eingang der Sonderausstellung, überdurchschnittlich gut benotet werden die Anfahrt zum Museum und das freundliche Museumspersonal. Die relativ schlechteste Note bekommen die Erholungsmöglichkeiten in den Ausstellungsräumen (vgl. Tabelle 3).

Besuchende lassen sich häufiger durch ihr soziales Umfeld zum Besuch der Sonderausstellung anregen (vgl. Grafiken 49–53).

*Häufigkeit der Besuche im Schweizerischen Landesmuseum*

Die vorliegende Untersuchung zeigt, dass rund 79% der befragten Besucherinnen und Besucher das Schweizerische Landesmuseum bereits besucht haben. Das allgemein interessierte, motivierte, ältere und versierte Museumspublikum hat dabei erwartungsgemäss eine besonders hohe Besuchsfrequenz. Um die Frage nach der Bekanntheit etwas verbindlicher zu stellen und somit zu präzisieren, wurde nach den zuletzt besuchten Ausstellungen des Schweizerischen Landesmuseums gefragt. Dabei ergibt sich, dass etwa jede(r) fünfte Befragte die Sonderausstellung «Die Alamannen» besucht hat. Rund 14% geben an, in der Dauerausstellung gewesen zu sein, und etwa 11% der Befragten haben die Ausstellung «Himmel, Hölle, Fegefeuer» gesehen (vgl. Grafiken 54–56).

| | 6<br>sehr gut | 5<br>gut | 4<br>befriedigend | 3<br>ausreichend | 2<br>mangelhaft | 1<br>ungenügend | Keine Angaben<br>bzw. nicht genutzt | Mittelwert |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Wartezeiten am Eingang | 313<br>75,6% | 35<br>8,5% | 11<br>2,7% | 2<br>0,5% | 1<br>0,2% | 2<br>0,5% | 50<br>12,1% | 5,79 |
| Beschilderung der Wege | 139<br>33,6% | 94<br>22,7% | 60<br>14,5% | 33<br>8,0% | 18<br>4,3% | 21<br>5,1% | 49<br>11,8% | 4,66 |
| Erholungs-möglichkeiten | 81<br>19,6% | 78<br>18,8% | 68<br>16,4% | 45<br>10,9% | 27<br>6,5% | 14<br>3,4% | 101<br>24,4% | 4,42 |
| Informations-Angebot | 153<br>37,0% | 157<br>37,9% | 56<br>13,5% | 16<br>3,9% | 9<br>2,2% | 1<br>0,2% | 22<br>5,3% | 5,09 |
| Feundlichkeit des Personals | 219<br>52,9% | 129<br>31,2% | 22<br>5,3% | 7<br>1,7% | 5<br>1,2% | 5<br>1,2% | 27<br>6,5% | 5,38 |
| Bildungswert des Besuches | 137<br>33,1% | 170<br>41,1% | 71<br>17,1% | 10<br>2,4% | 7<br>1,7% | 4<br>1,0% | 15<br>3,6% | 5,02 |
| Gastronomie-Angebot | 30<br>7,2% | 59<br>14,3% | 32<br>7,7% | 12<br>2,9% | 6<br>1,4% | 8<br>1,9% | 267<br>64,5% | 4,48 |
| Anfahrt zum Museum | 236<br>57,0% | 60<br>14,5% | 9<br>2,2% | 7<br>1,7% | 3<br>0,7% | 3<br>0,7% | 96<br>23,2% | 5,60 |

Tabelle 3: Bewertung von Infrastruktureinrichtungen und Serviceleistungen.
Die angegebenen Mittelwerte berechnen sich aus der Bewertung von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend.

*Werbung und Hinweise zur Ausstellung*

37% der Befragten wurden über Printmedien auf die Ausstellung aufmerksam. Für 23% war die «Mund-zu-Mund»-Propaganda über Freunde, Verwandte, Bekannte oder Arbeitskollegen ausschlaggebend. Abgesehen von Plakaten (16%) spielen andere Informationsquellen eine eher untergeordnete Rolle und folgen den drei oben genannten mit weitem Abstand. Das Informationsverhalten der Besucherinnen und Besucher differenziert sich vor allem hinsichtlich der Printmedien und dem unmittelbaren persönlichen, sozialen Umfeld. Gerade für das ältere, hochgebildete und interessierte «Intensiv-Besucher-Publikum» sind Printmedien als Informationsquelle für den Ausstellungsbesuch ausschlaggebend. Jüngere, weniger gebildete, mit geringerem Interesse bzw. geringeren Kenntnissen ausgestattete.

## Erwartungen an das Schweizerische Landesmuseum der Zukunft

Das Schweizerische Landesmuseum soll in den nächsten Jahren renoviert werden. Die Befragung erfasst deshalb auch die Themen:
- die Aufgaben des Schweizerischen Landesmuseums nach der Renovation,
- künftige Gestaltung spezieller Ausstellungsräume,
- institutionelle Umgestaltung des Schweizerischen Landesmuseums.

Demnach soll das Landesmuseum künftig vordringlich die Aufgabe wahrnehmen, die nationale Geschichte der Schweiz zu zeigen (86%). Im Hinblick auf die Gestaltung der Ruhmeshalle, ist zu berücksichtigen, dass jede(r) vierte Besucher/in die Ausstattung dieses Saales vorher nicht kannte und von daher die Frage nach der Neugestaltung auch nicht beurteilen kann. Mehrheitlich ist man der Meinung, die Ruhmeshalle auch künftig für Sonderausstellungen zu nutzen (36%). Rund 21% der Besucher/innen sind dafür, dort künftig eine ständige Ausstellung über die Herausbildung unterschiedlicher Schweizer Geschichtsbilder zu präsentieren. Die Besuchenden wünschen sich tendenziell durchaus eine Öffnung und teilweise zeitgemässe Präsentation und Umgestaltung der Institution Museum und einen weiterreichenden Dialog zwischen Publikum, Öffentlichkeit und Museum, wobei sie im Kultursponsoring ein wichtiges Mittel sehen, mit dem die Museen in diesem Prozess unterstützt werden könnten. Andererseits sollte dieser Wandel jedoch nicht einseitig zu Lasten der ursprünglichen, traditionellen Aufgaben und Funktionen des Museums gehen. Zu vermeiden sei eine unverhältnismässig starke Orientierung an neuen Medien und erlebnisorientierten Besucherinteressen. So soll sich die Umgestaltung und Neuorientierung nicht ausschliesslich am Zeitgeist orientieren, sondern bis zu einem gewissen Grad traditionelle Aspekte berücksichtigen (vgl. Grafiken 57–59).

## Bilder nationaler Identität

Im Zusammenhang mit Selbstbildern von Nationen und nationaler Identität spielen zunächst Mechanismen ihrer Entstehung eine gewisse Rolle. Unsere Untersuchung versucht deshalb, auch zu erfassen, welche Vorstellungen die Besucherinnen und Besucher von der Entstehung nationaler Identität und bestimmten kulturellen Zusammenhängen haben. Drei Viertel der Befragten stimmen der Aussage «Nationale Identität ist eine Konstruktion» zu. Ein noch grösserer Teil (88%) sieht die Entstehung von nationaler Identität in der eigenen Geschichte und aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen und Problemen begründet. Sehr indifferent ist die Einstellung des Publikums gegenüber der Veränderung von Kulturvorstellungen. Etwas mehr als die Hälfte hält es für zutreffend, dass diese nicht durch äussere Einflüsse, sondern durch internen Wandel herausgebildet bzw. verändert werden, rund 45% stimmen mit dieser Vorstellung nicht überein (vgl. Grafiken 60–62).

### *Geschichtsbilder der Schweiz*

Nach der Rezeption der Ausstellung herrscht bei den Befragten hinsichtlich der verschiedenen Geschichtsbilder und Beurteilungen der Schweiz im Rahmen ihres Entstehungsprozesses die grösste Übereinstimmung darüber, dass

- die Schweiz aufgrund grosser wirtschaftlicher Erfolge ein verdient gutes Image hat
- der Staat ein Werkzeug der Einwohnerinnen und Einwohner zur Verwirklichung ihrer Werte und Ziele ist und
- die Schweiz aufgrund ihrer Neutralität im 2. Weltkrieg Schuld auf sich geladen hat.

Alle anderen Aussagen zu Beurteilungen der Schweiz weisen eine etwas geringere Zustimmungs- oder Ablehnungstendenz auf.

### *Visionen*

In diesem Kontext untersuchte die Befragung auch, welche Wertvorstellungen für die Schweiz in der Zukunft vorrangig sein sollen. Diese subjektiven Einschätzungen wurden über verschiedene Statements abgefragt, die bestätigt oder abgelehnt werden konnten. Der grösste Konsens besteht darin, dass

- die Schweiz ihre eigene Geschichte emotionslos aufarbeiten und nach aussen dazu Stellung nehmen soll,
- die Schweiz nur als aktives Mitglied Europas eine Zukunft hat und
- die Schweiz ihren Sonderfallstatus aufgeben und offen dazu stehen soll.

Andere Aussagen zu Beurteilungen der Schweiz erfuhren geringere Zustimmungs- oder Ablehnungsraten (vgl. Grafik 63).

### *Image der Schweiz*

Mit zukunftsorientierten Wertvorstellungen hängen verschiedenste Komponenten, die für das Image eines Landes konstituierend sind, eng zusammen. Die Befragten sind sich am ehesten darin einig, dass für das Image der Schweiz

- die verschiedenen Sprachgruppen und ihre Einflüsse,
- das freiheitliche geistige Klima,
- die Schweiz als Finanzplatz und
- die Verbundenheit mit dem Naturraum Alpen

von besonderer Bedeutung sind. Für alle anderen Aussagen zu Bezugspunkten für das Image der Schweiz ist wieder eine etwas geringere Zustimmungs- oder Ablehnungstendenz erkennbar (vgl. Grafik 64).

### *Derzeitiges gesellschaftliches und soziales Klima*

Die grössten Unterschiede in der Gesamteinschätzung ergeben sich hinsichtlich des Geschlechts, des Alters und der Nationalität der Besucher/innen und darin, ob es sich bei den Befragten um habituelle oder Gelegenheitsbesucher/innen handelt. So genannte Fakten sind nur eine

Komponente – Atmosphärisches bildet eine andere Dimension kulturhistorischer Rezeption ab. Die Ausstellung beabsichtigte, Geschichte als sich laufend erneuernde Konstruktion aus Bruchstücken der Vergangenheit erfahrbar zu machen und Visionen nachzufragen:

Zur Abrundung des aus den einzelnen Bausteinen der Erhebung entstandenen Gesamteindrucks sind daher spontane, emotional geleitete Einschätzungen geeignet.

Wie empfinden die Besucher/innen – nach der Rezeption der Ausstellung – die derzeitige «Atmosphäre», also im weitesten Sinne das gesellschaftliche und soziale Klima innerhalb der Schweiz? (vgl. Grafiken 65–68).

Die Schweizer Befragten sehen ihr Land kritischer als ausländische Besucher/innen.

Grosse Unterschiede bestehen hinsichtlich der Etiketten «weltoffen», «friedlich» und «klar». Diese Attribute weisen die ausländischen Besucher/innen der Schweiz in höherem Masse zu als die Schweizer selbst. Übereinstimmung herrscht dagegen bei der Beurteilung der Schweiz als «spannend», «gleichberechtigt» und «kritisch».

## Fazit und Ausblick

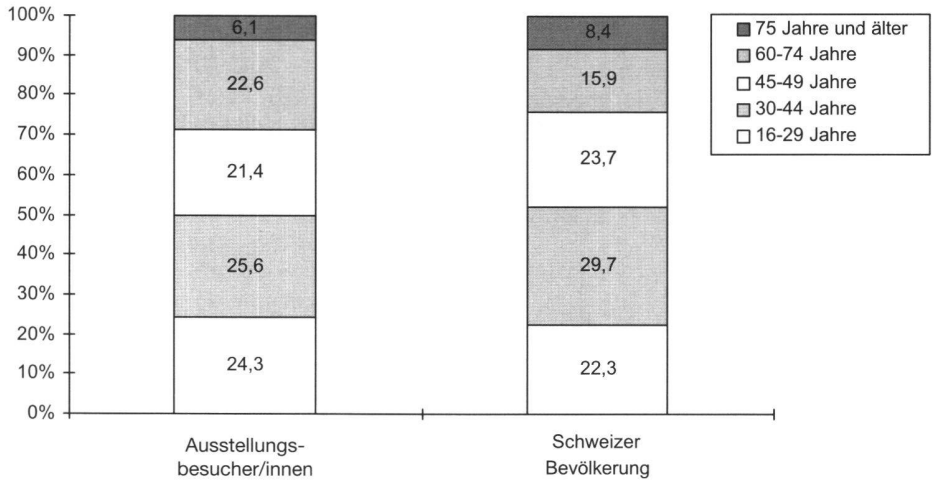
Abschliessend ist festzuhalten, dass viele Ergebnisse der vorliegenden Erhebung so oder in modifizierter Form aus vergleichbaren Erhebungen bekannt und auch hier zu erwarten waren.

Spezielles Nachfragen im Hinblick auf die besonders anspruchsvolle Sonderausstellung «Erfindung der Schweiz» ergab aber neue, dringliche Fragen, die einer Beantwortung bedürfen.

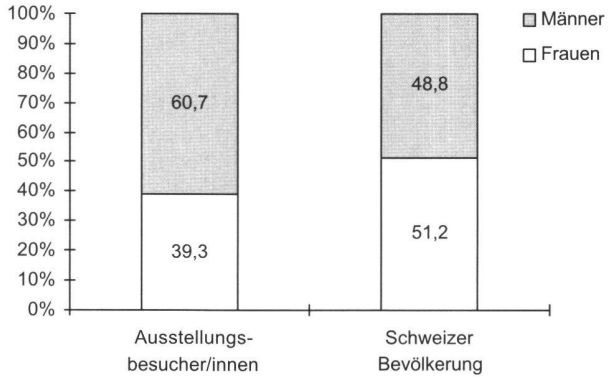
Soll diese Umfrage für die Zukunft von Nutzen sein, so darf sie nicht die letzte sein. Aus dieser Erhebung und ihren Ergebnissen liesse sich beispielsweise ein gezielter und verkürzter Fragebogen erstellen, der in regelmässigen Abständen (halbjährlich oder jährlich) detailliertere Auskunft über die Veränderungen, sowohl beim Publikum als auch im Museum selbst erbringen könnte. Diese Ergebnisse sind, gerade im Hinblick auf das anstehende Umbauprojekt des Landesmuseums, und der damit einhergehenden Neukonzeption der ständigen Schausammlung von enormer Wichtigkeit.

## ABBILDUNGSNACHWEIS

Alle Graphiken und Tabellen: Sozialwissenschaftliches Institut München. Besucherbefragung «Die Erfindung der Schweiz 1848–1998», München, 1999.

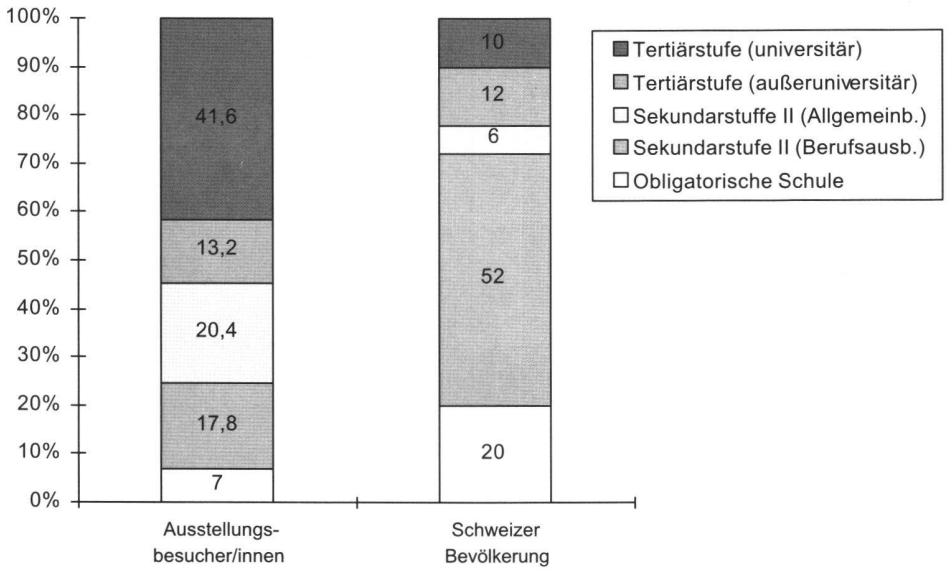



**Grafik 1:** Altersverteilung des befragten Ausstellungspublikums und der Schweizer Bevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998).[1]

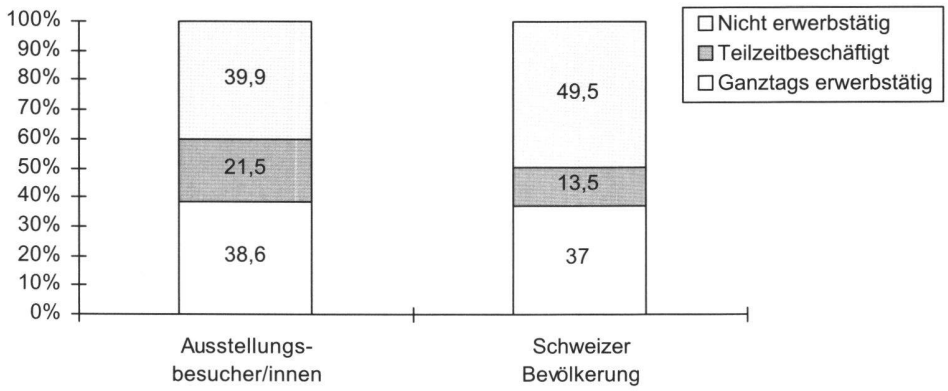



**Grafik 2:** Verteilung Frauen und Männer unter den Befragten und in der Schweizer Bevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998).

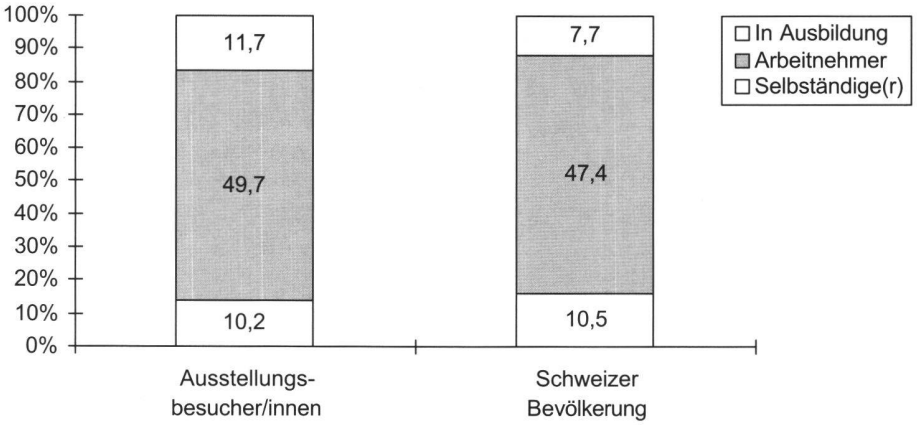
[1] Hier ist darauf hinzuweisen, dass auch für die Schweizer Bevölkerung als unterste Alterskategorie nur die Bevölkerungsanteile der 16- bis 29jährigen berücksichtigt wurden, um die Vergleichbarkeit mit den Ausstellungsbesucher/innen zu gewährleisten.



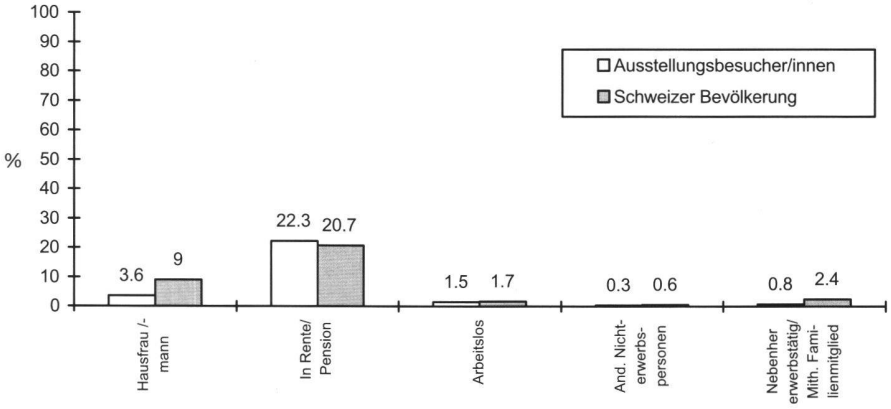

**Grafik 3:** Bildungsniveau der Befragten im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998).



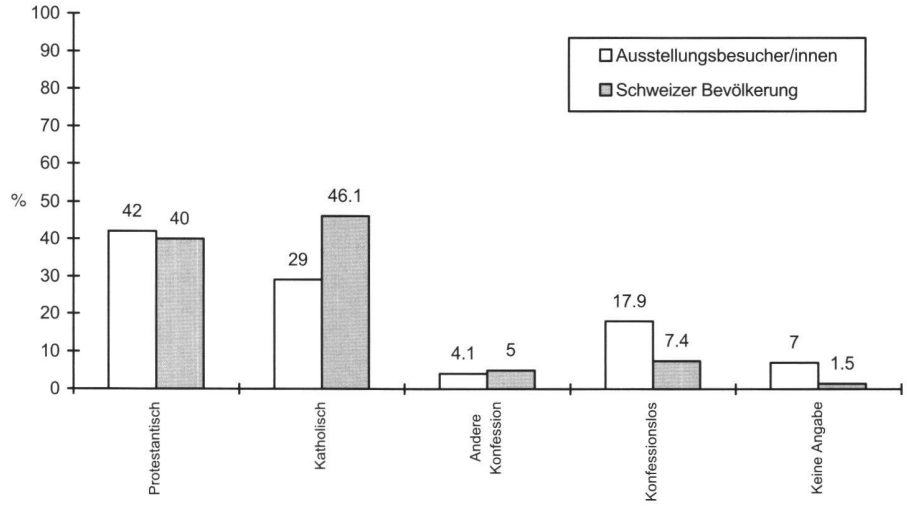

**Grafik 4:** Erwerbstätigkeit: Vergleich Ausstellungsbesucher/innen und Gesamtbevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998).




**Grafik 5:** Erwerbsstatus der erwerbstätigen Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998).[2]

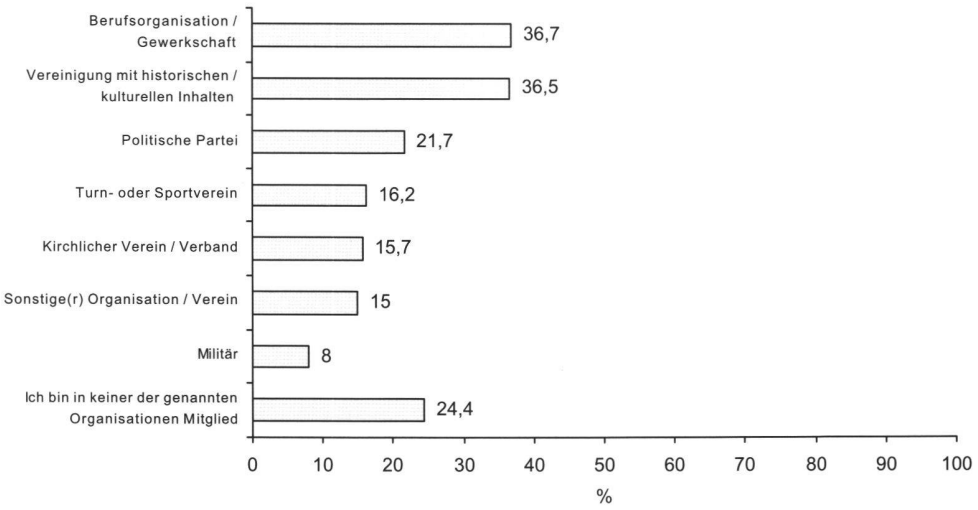



**Grafik 6:** Status der Nichterwerbstätigen: Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998).

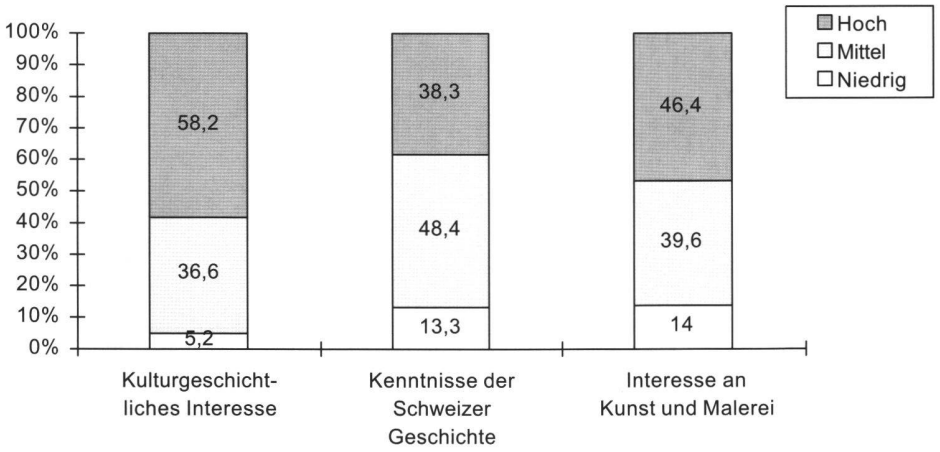



**Grafik 7:** Konfessionszugehörigkeit: Ausstellungsbesucher/innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Statistisches Jahrbuch 1998).

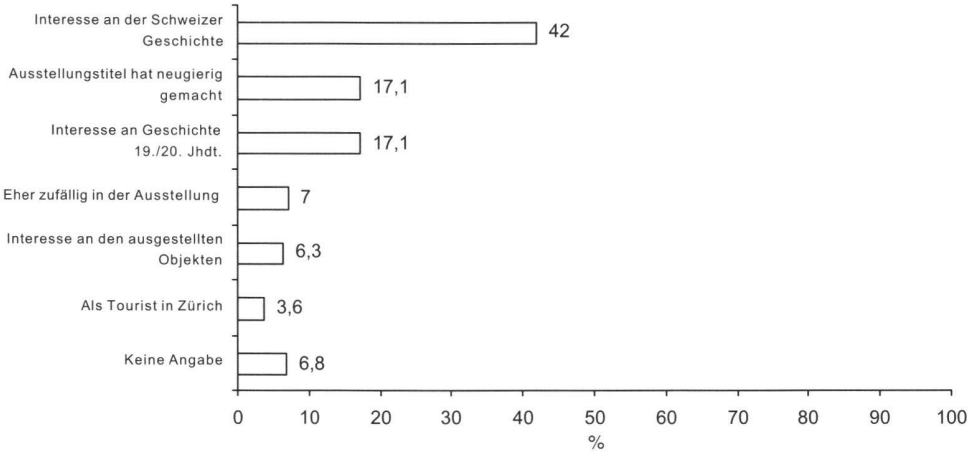
[2] Die 100%-Basis zur Berechnung der Anteile in den Grafiken 5 und 6 bilden Erwerbstätige und Nichterwerbstätige zusammen.



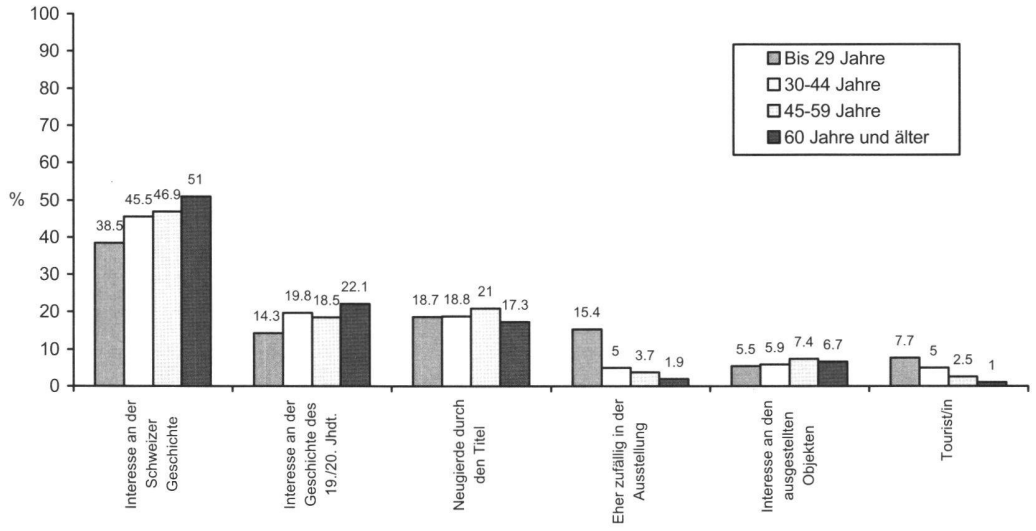

**Grafik 8:** Mitgliedschaft in Organisationen und Vereinen (Angaben in %; Mehrfachantworten möglich).



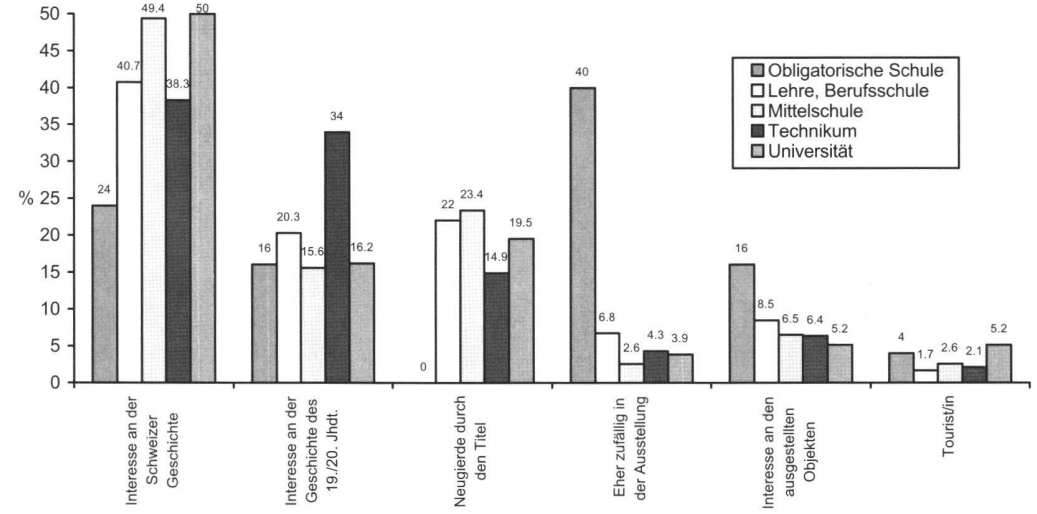

**Grafik 9:** Selbsteinschätzung der Interessen und Kenntnisse der Ausstellungsbesucher/innen.



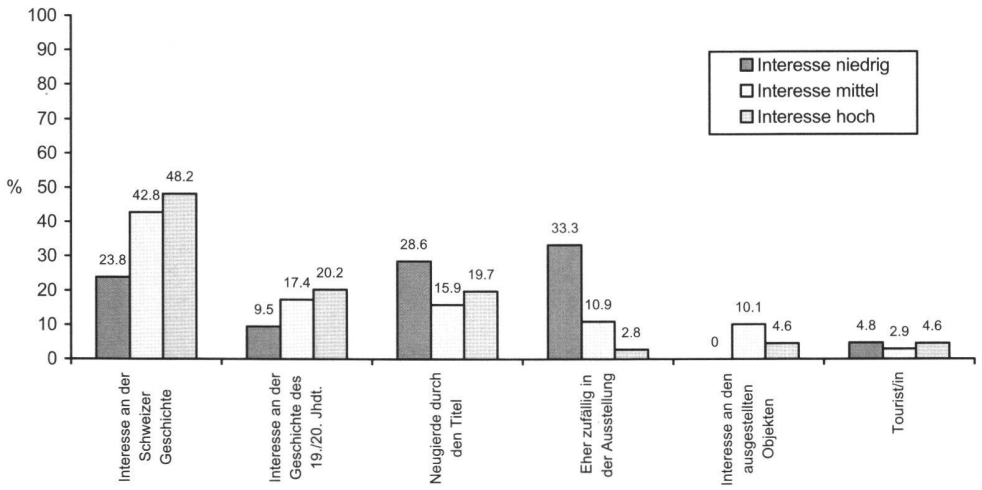

**Grafik 10:** Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch.



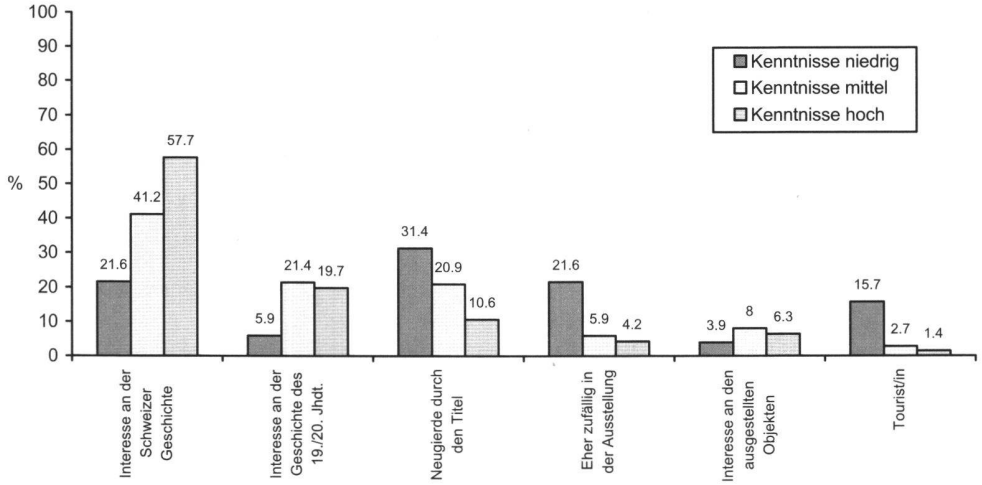

**Grafik 11:** Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und Alter.



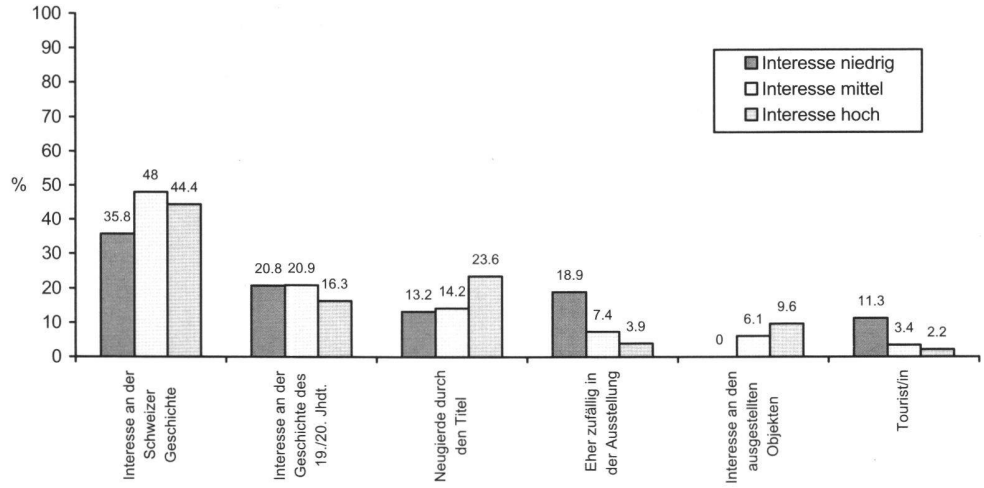

**Grafik 12:** Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und Bildung.



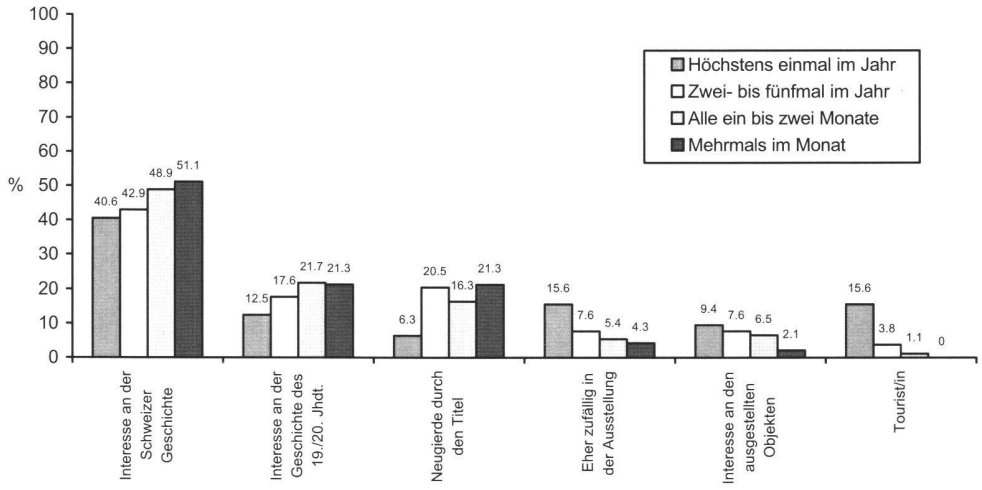

**Grafik 13a:** Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und kulturgeschichtliches Interesse.



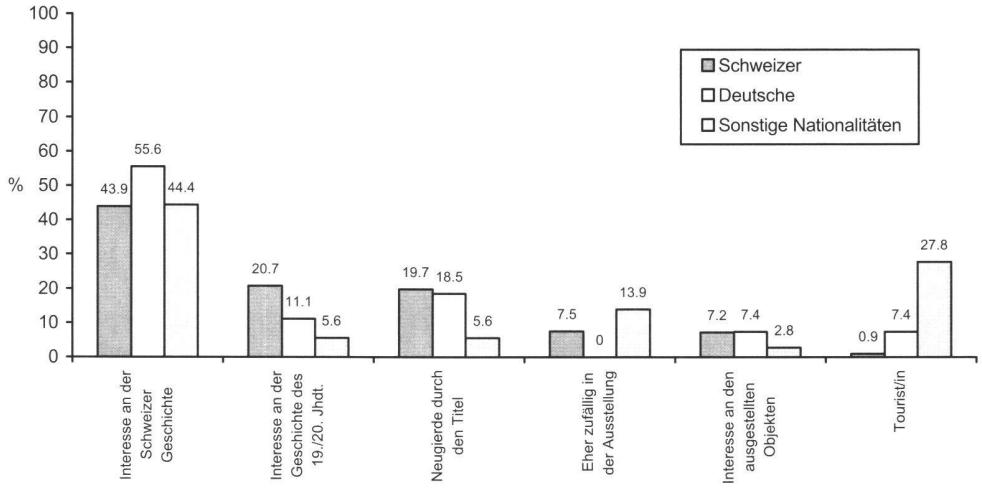

**Grafik 13b:** Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und Kenntnisse der Schweizer Geschichte.



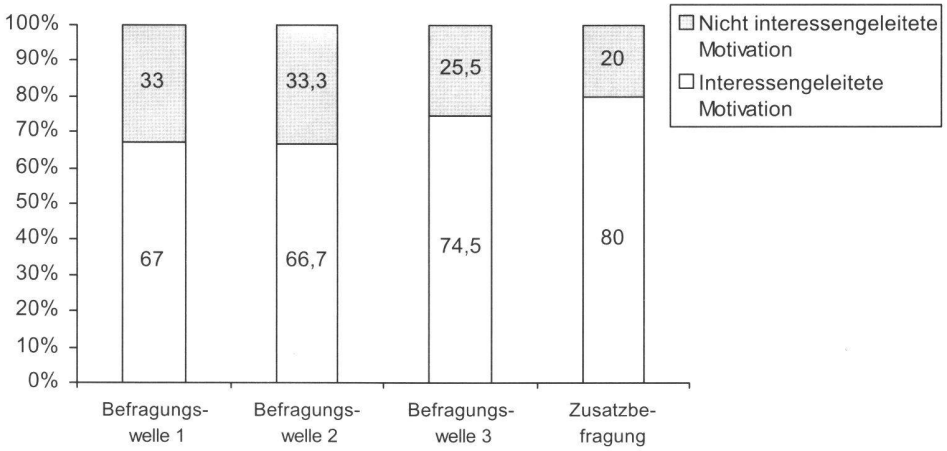

**Grafik 13c:** Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und Interesse an Kunst und Malerei.



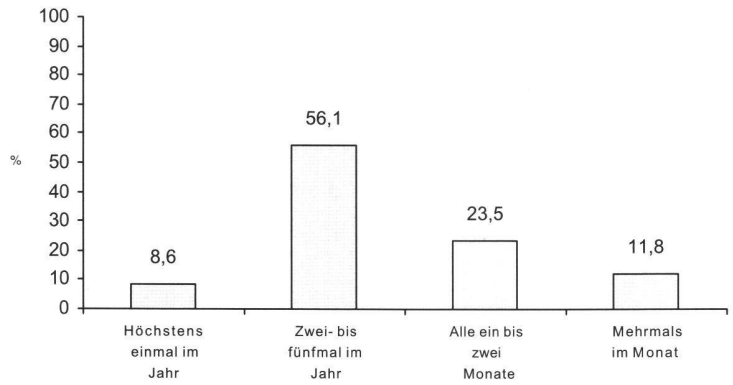

**Grafik 14:** Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen.



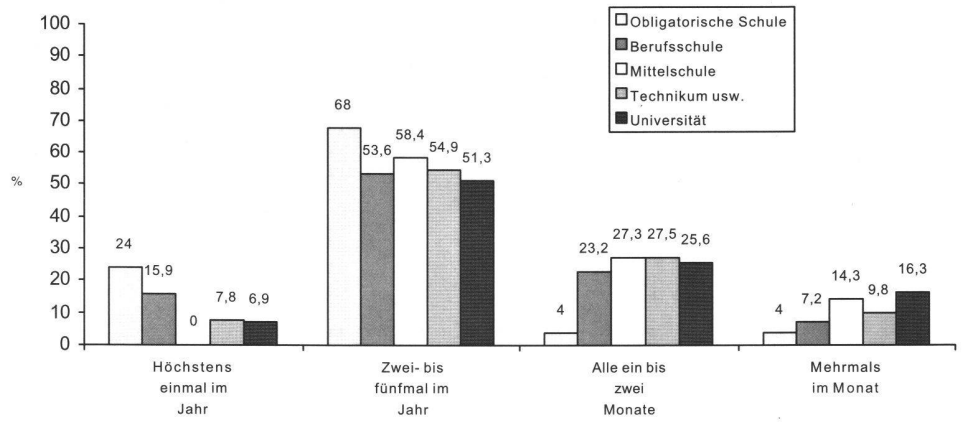

**Grafik 15:** Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und Nationalität der Ausstellungsbesucher/innen.



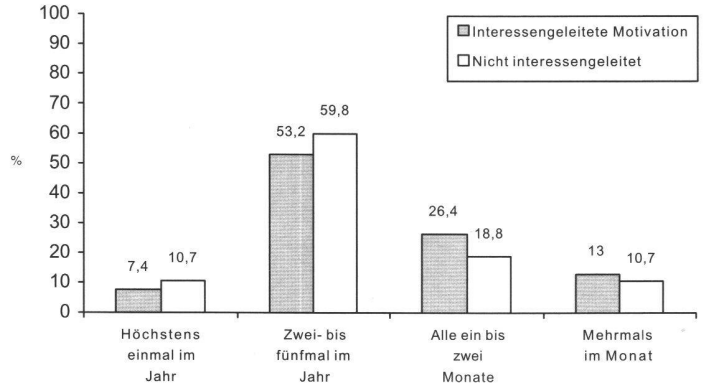

**Grafik 16:** Index der Motivation/Anregung zum Ausstellungsbesuch und Befragungszeitraum.



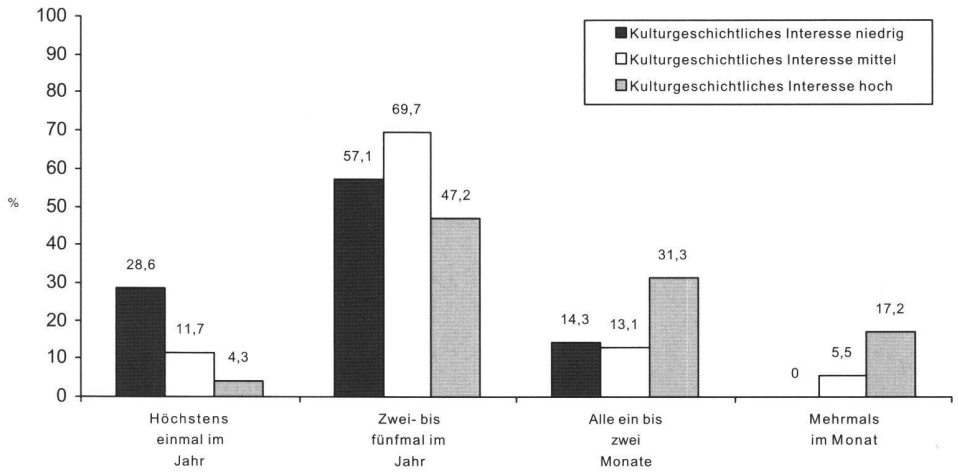

**Grafik 17:** Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen.



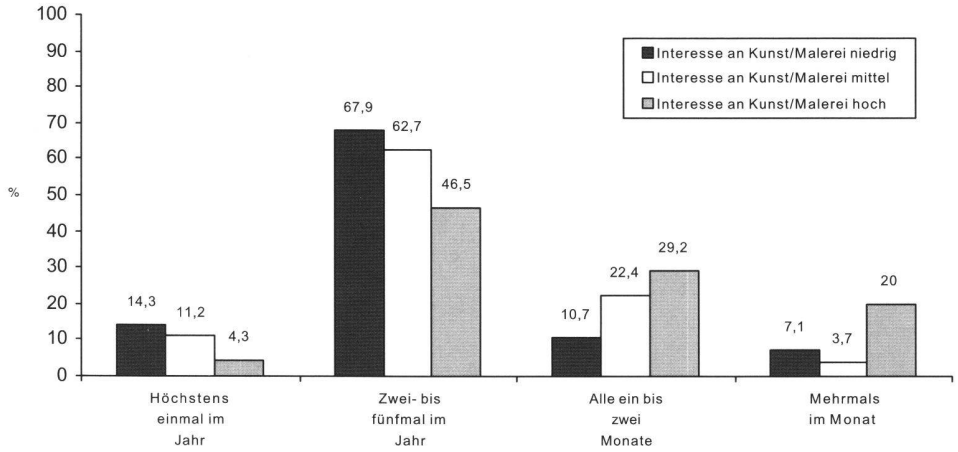

**Grafik 18:** Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Bildung.



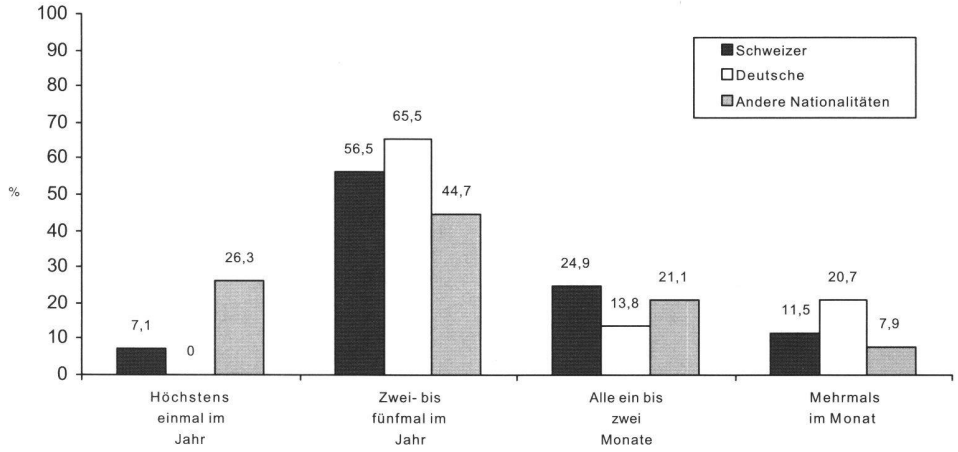

**Grafik 19:** Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Anregung zum Ausstellungsbesuch.




**Grafik 20a:** Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und kulturgeschichtliches Interesse.[3]

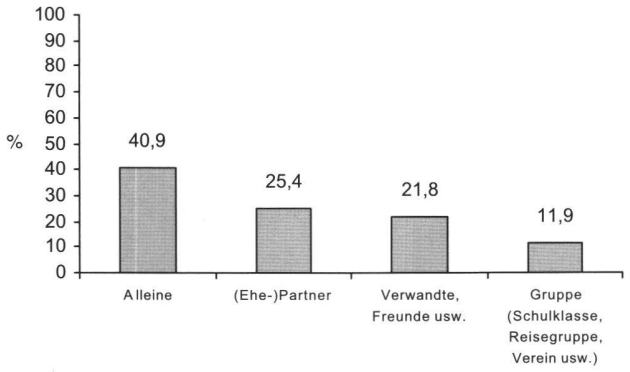



**Grafik 20b:** Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Interesse an Kunst und Malerei.[4]

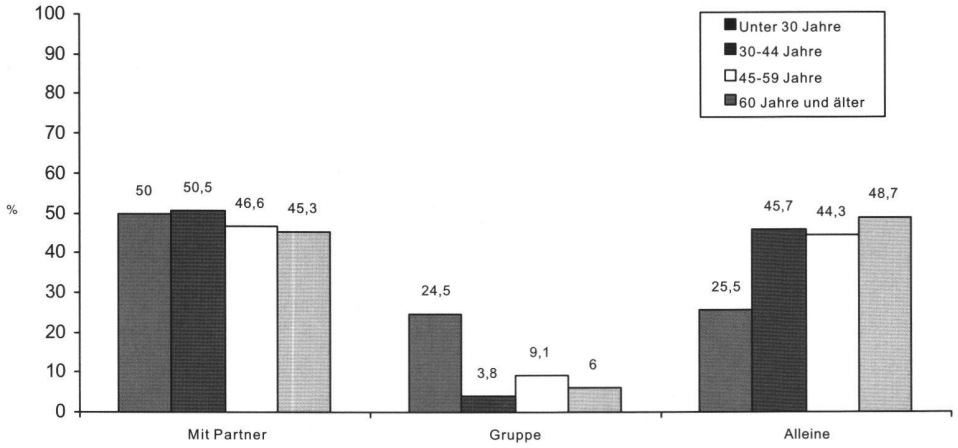



**Grafik 21:** Allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen und Nationalität der Besucher/innen.

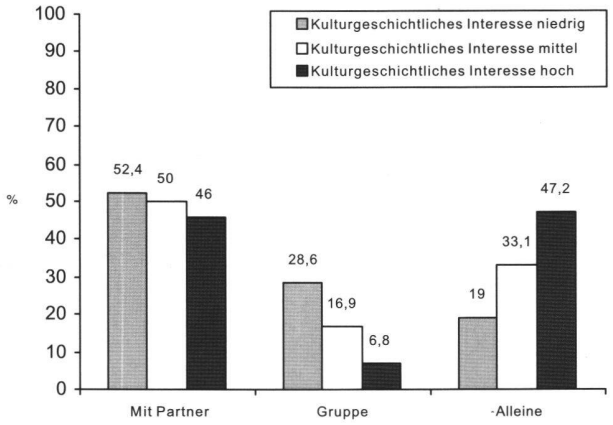
[3] Sign.: 0.000; $\chi^2 = 51{,}144$.
[4] Sign.: 0.000; $\chi^2 = 40{,}153$.




**Grafik 22:** Die Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen (Angaben in %).

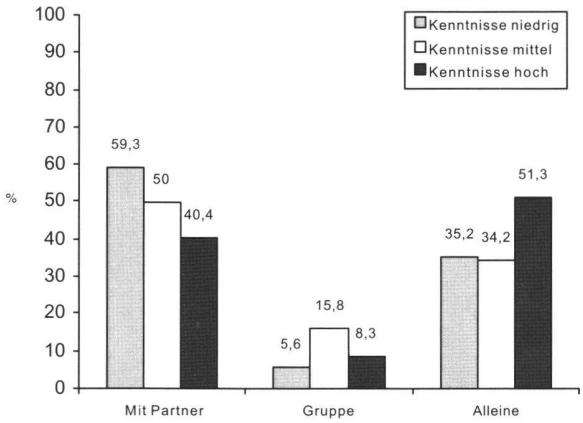



**Grafik 23:** Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Alter.[5]

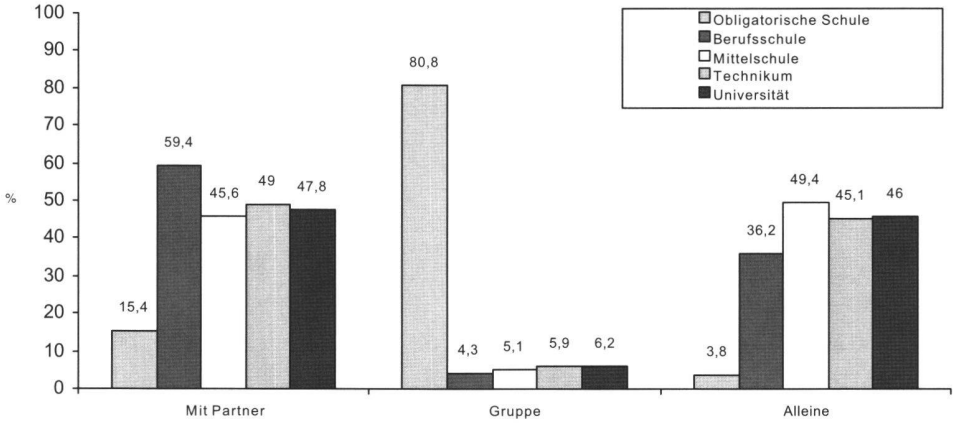



**Grafik 24a:** Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und geschichtliches Interesse.[6]

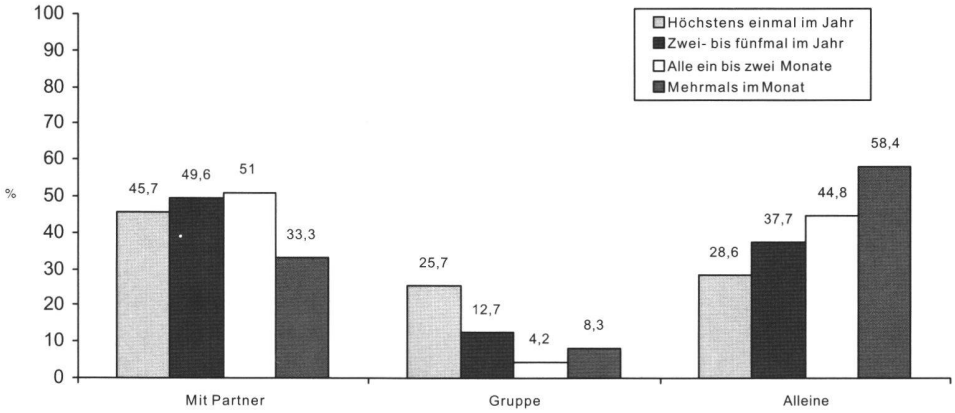
[5] Sign.: 0.000; $\chi^2 = 32{,}895$.
[6] Sign.: 0.000; $\chi^2 = 20{,}805$.




**Grafik 24b:** Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Kenntnisse der Schweizer Geschichte.[7]

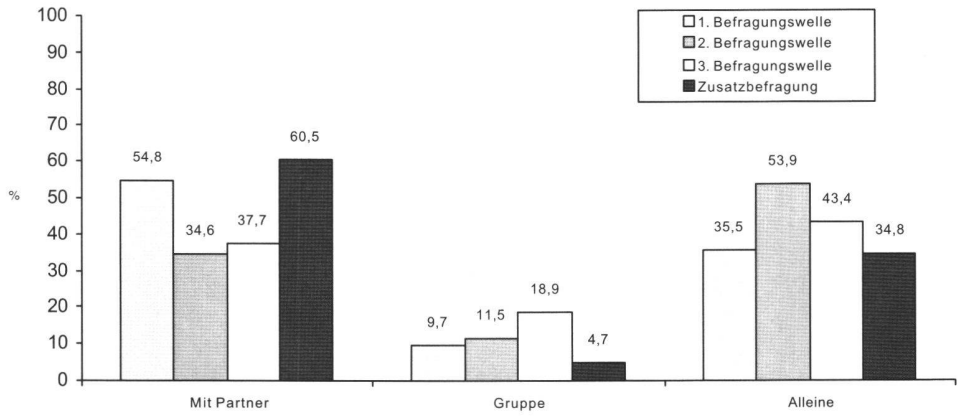



**Grafik 25:** Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Bildung der Besucher/innen.

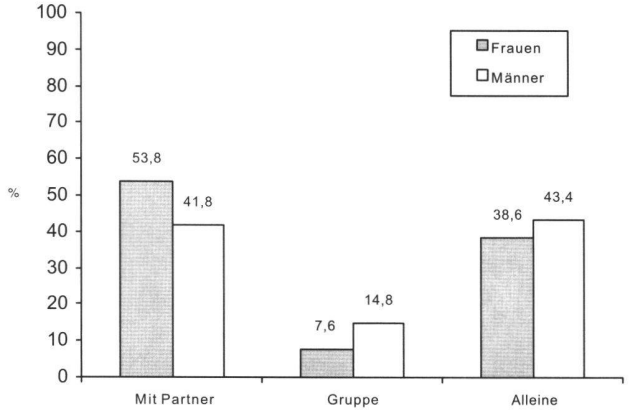



**Grafik 26:** Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen.[8]

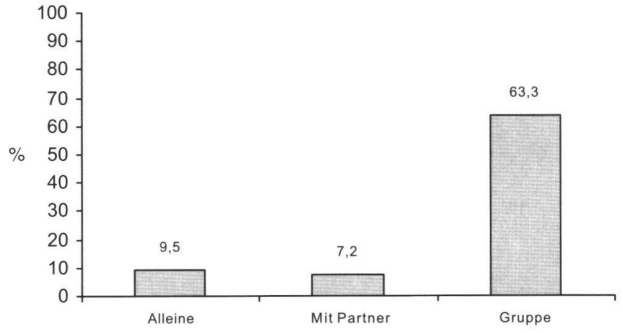
[7] Sign.: 0.003; $\chi^2$ = 16,348.
[8] Sign.: 0.003; $\chi^2$ = 19,801.



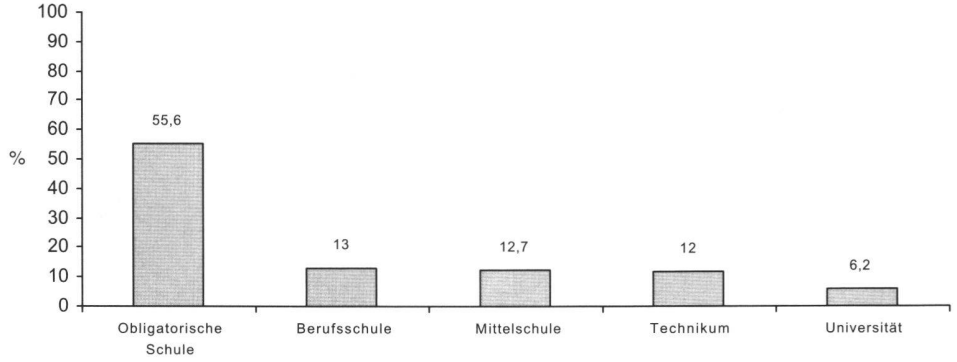

**Grafik 27:** Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Befragungszeitraum.



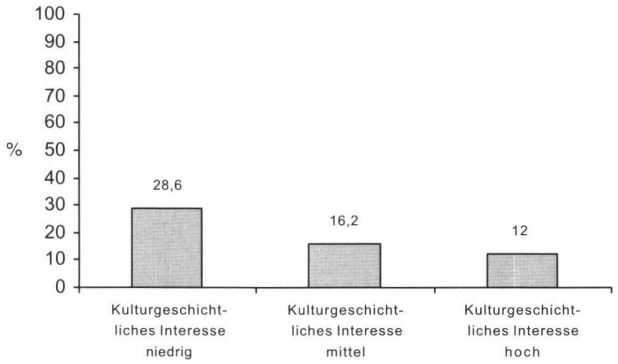

**Grafik 28:** Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen und Geschlecht.



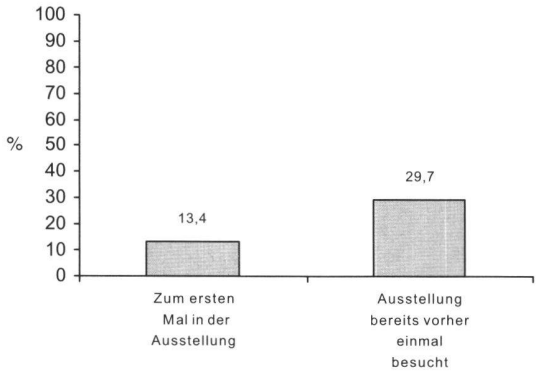

**Grafik 29:** Teilnahme an einer Führung und Sozialität der Besucher/innen.



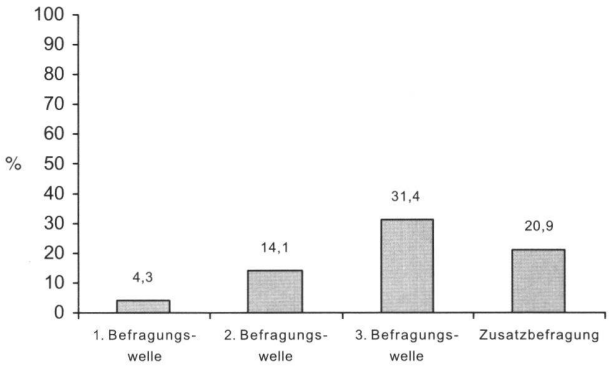

**Grafik 30:** Teilnahme an einer Führung und Bildung der Besucher/innen.



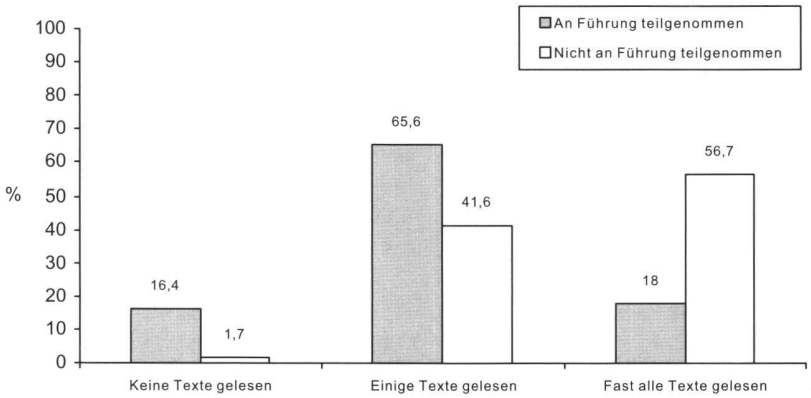

**Grafik 31:** Teilnahme an einer Führung und kulturgeschichtliches Interesse.



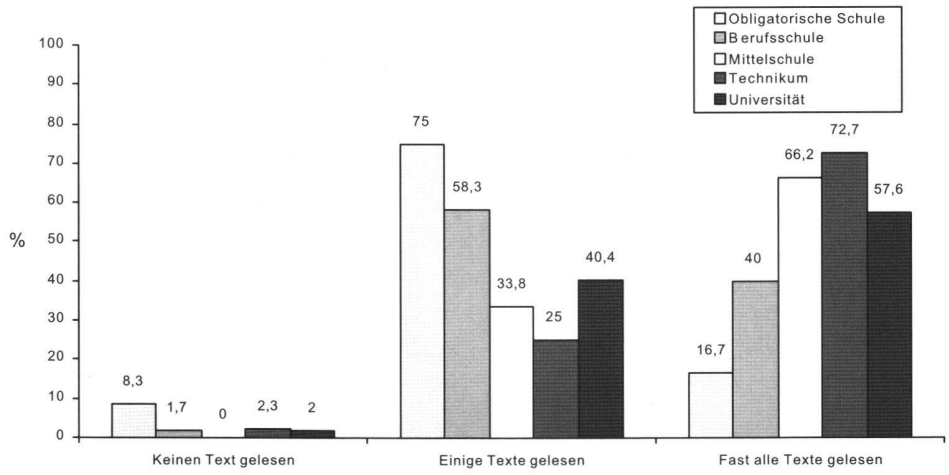

**Grafik 32:** Teilnahme an einer Führung und Anzahl der Besuche der Sonderausstellung.



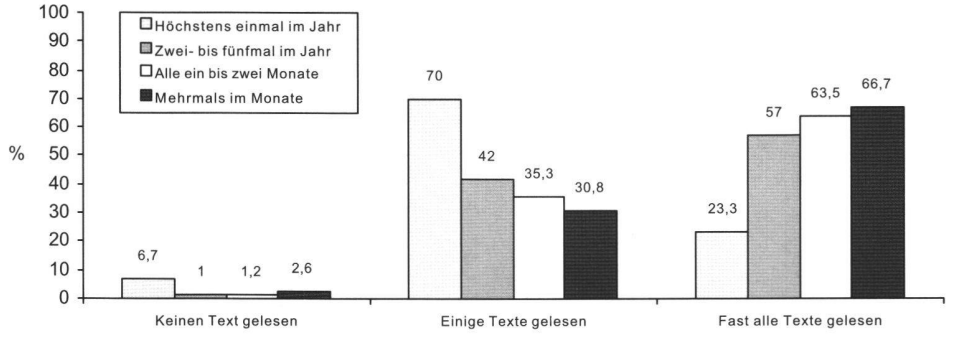

**Grafik 33:** Teilnahme an einer Führung und Befragungszeitraum.



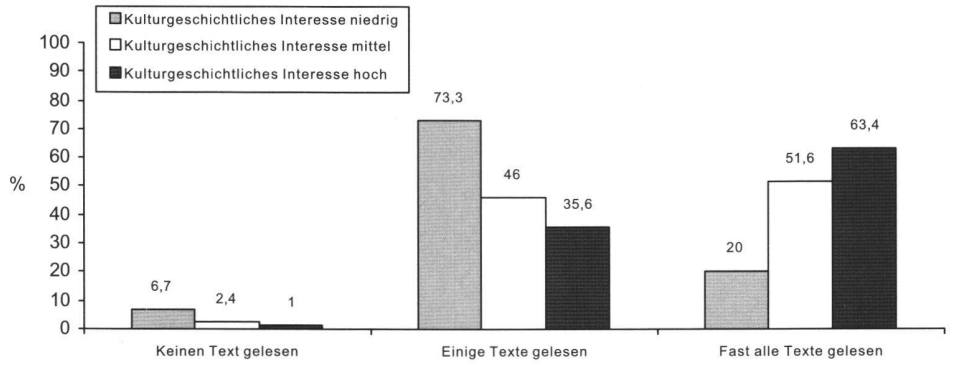

**Grafik 34:** Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Teilnahme an einer Führung.




**Grafik 35:** Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Bildungsniveau (nur Besucher/innen ohne Führung).

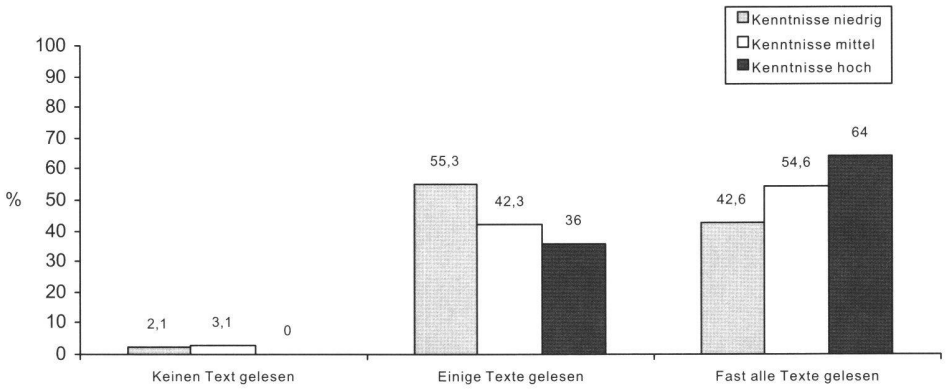



**Grafik 36:** Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und allgemeine Häufigkeit von Ausstellungsbesuchen (nur Besucher/innen ohne Führung).[9]

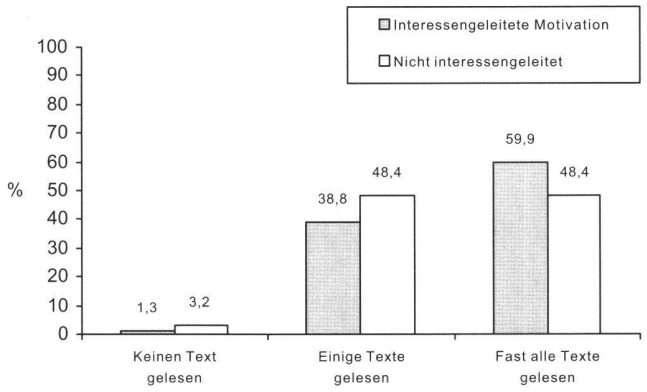



**Grafik 37a:** Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und geschichtliches Interesse (nur Besucher/innen ohne Führung).[10]

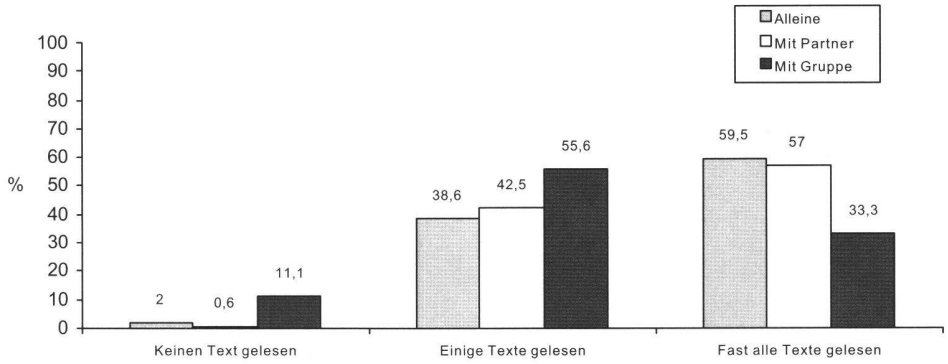
[9] Sign.: 0.003; $\chi^2 = 20{,}093$.
[10] Sign.: 0.005; $\chi^2 = 14{,}811$.




**Grafik 37b:** Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Kenntnisse der Schweizer Geschichte (nur Besucher/innen ohne Führung).[11]

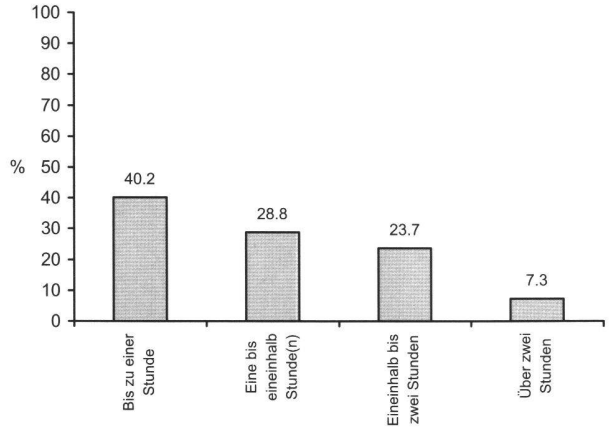



**Grafik 38:** Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Motivationsstruktur (nur Besucher/innen ohne Führung).

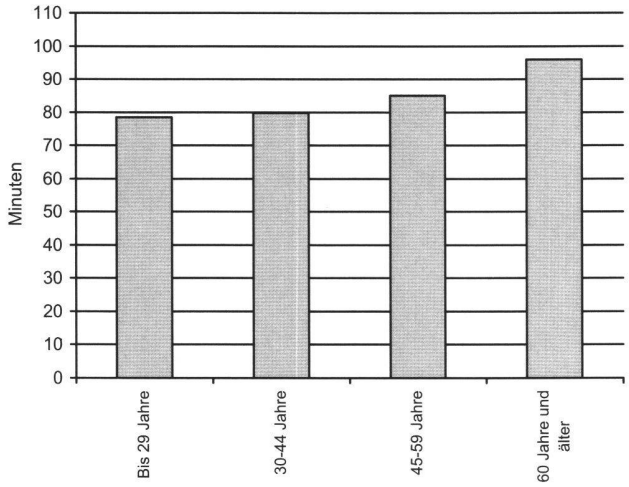



**Grafik 39:** Interesse an den (Raumeinführungs-)Texten und Sozialität der Ausstellungsbesucher/innen (nur Besucher/innen ohne Führung).

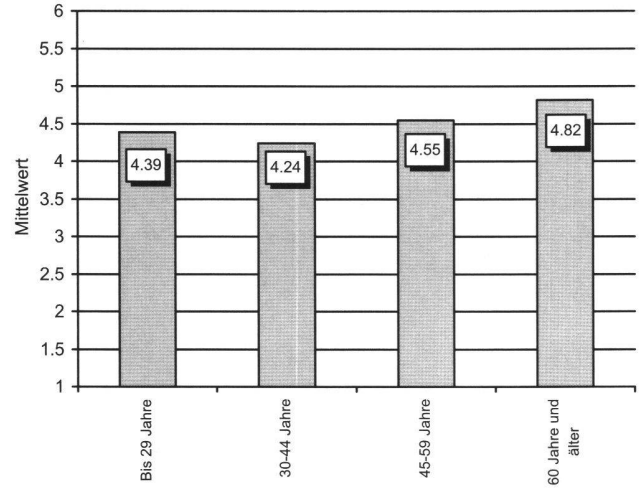
[11] Sign.: 0.036; $\chi^2$ = 10,288.




**Grafik 40:** Aufenthaltszeit der Besucher/innen.



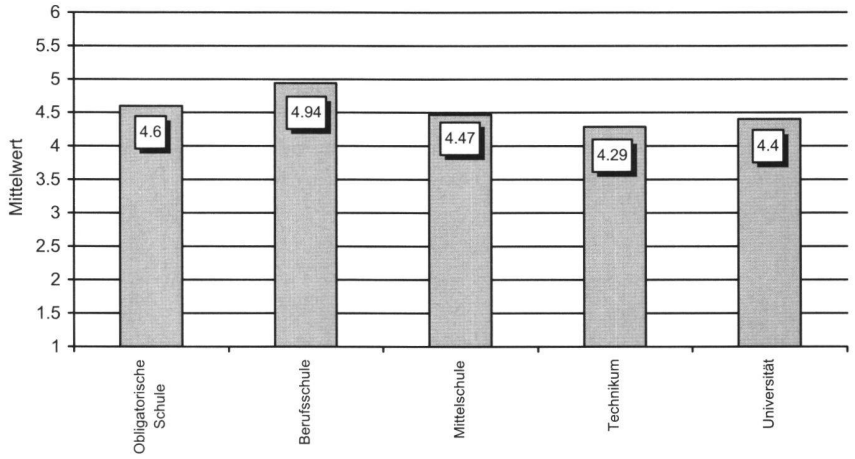

**Grafik 41:** Durchschnittliche Aufenthaltszeit der Besucher/innen in Minuten und Alter.[12]



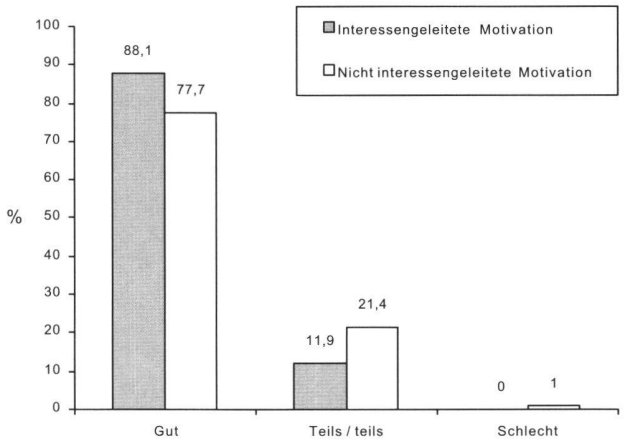

**Grafik 42:** Bewertung der Ausstellung und Alter der Besucher/innen; Mittelwerte.[13]

[12] Sign.: 0.023; Eta² = 0,032.

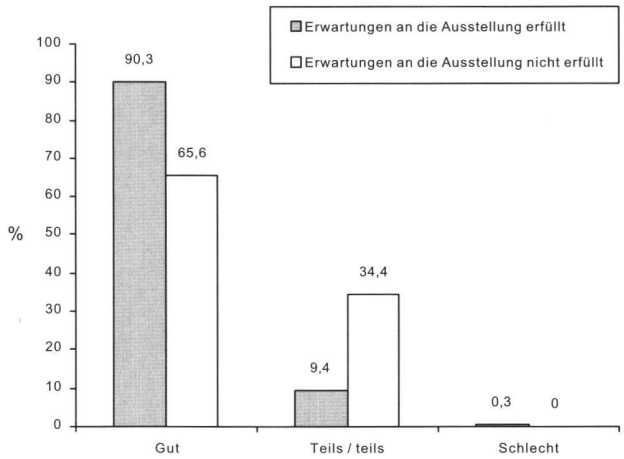
[13] Die hier und für die folgenden Analysen angegebenen Mittelwerte bilden den Gesamtindex aus der Bewertung aller Ausstellungsabteilungen ab. Die Mittelwerte berechnen sich aus den Bewertungen von 1= ungenügend bis 6 = sehr gut; Sign: 0.000, Eta² = 0,062.




**Grafik 43:** Bewertung der Ausstellung und Bildungsnivau der Besucher/innen; Mittelwerte.[14]

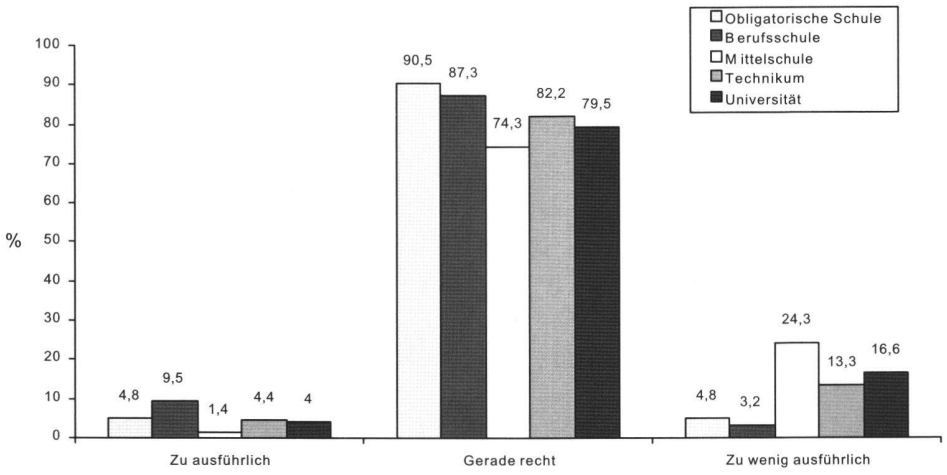



**Grafik 44:** Verständlichkeit der Texte und Motivationsstruktur der Besucher/innen.

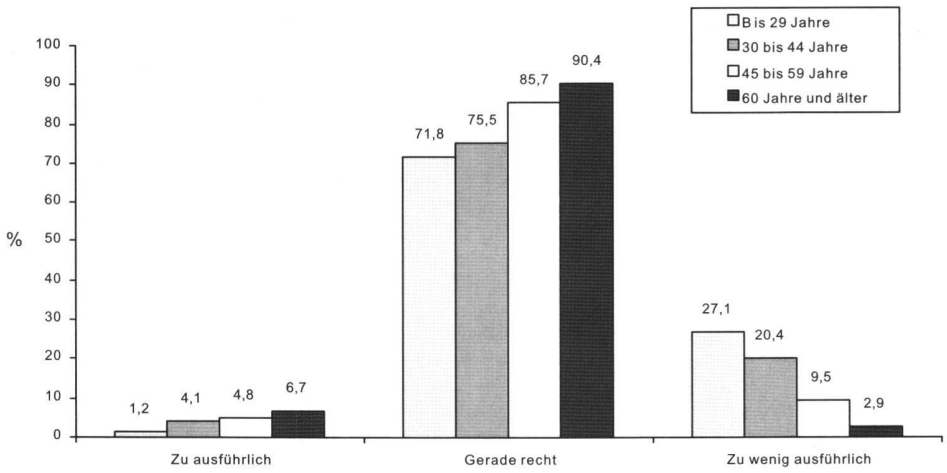



**Grafik 45:** Verständlichkeit der Texte und Zufriedenheit der Besucher/innen.

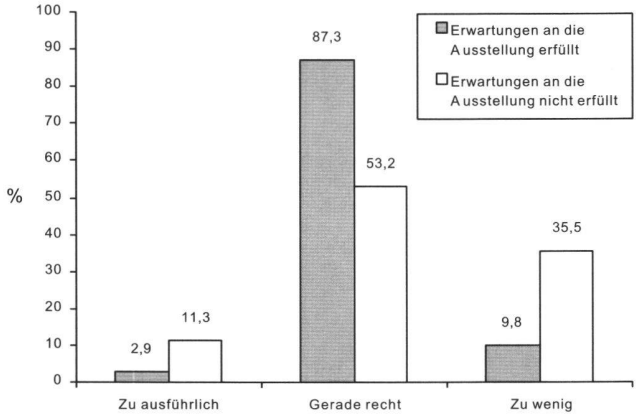
[14] Sign.: 0.001, $Eta^2 = 0{,}059$.




**Grafik 46:** Ausführlichkeit der Texte und Bildung der Besucher/innen.

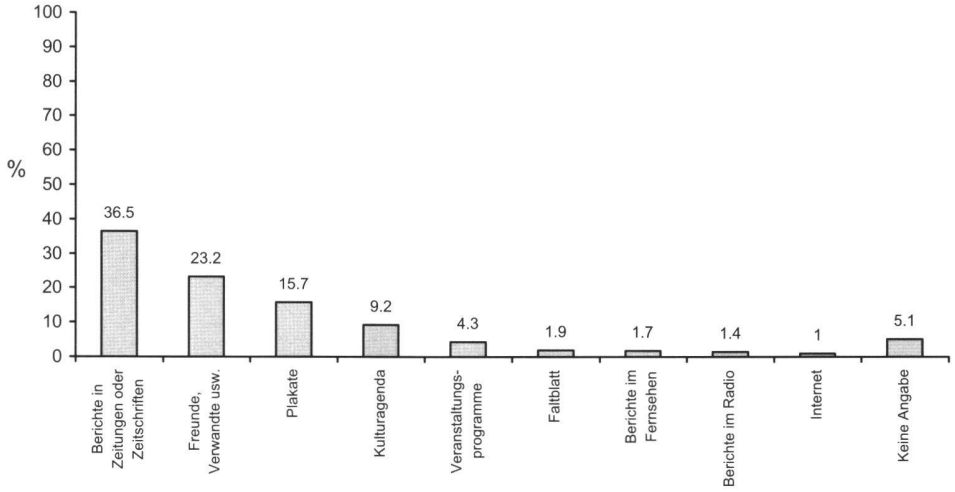



**Grafik 47:** Ausführlichkeit der Texte und Alter der Besucher/innen.[15]

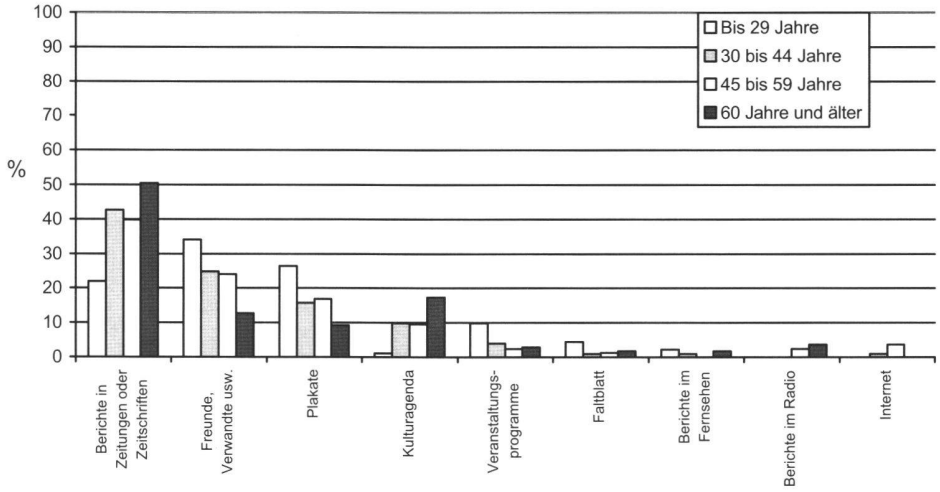



**Grafik 48:** Ausführlichkeit der Texte und Erwartungshaltung der Besucher/innen.

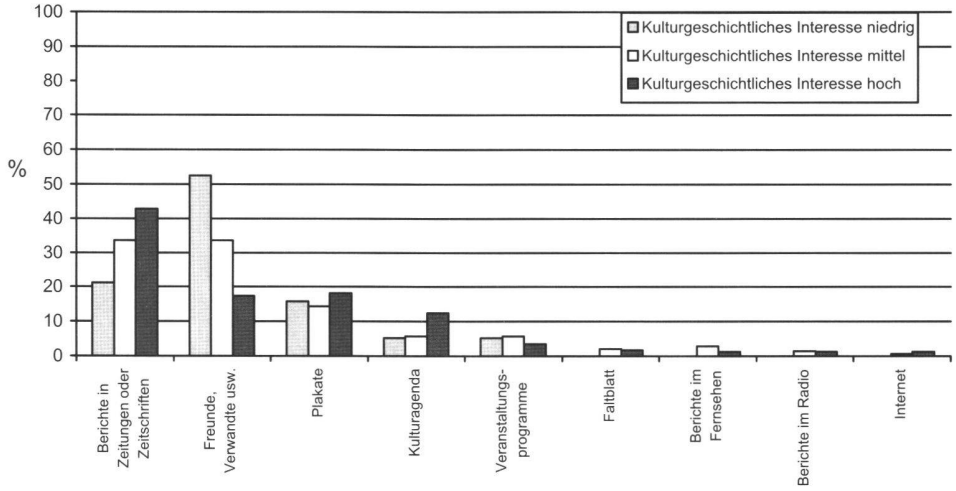
[15] Sign.: 0.000; $\chi^2 = 28{,}645$.



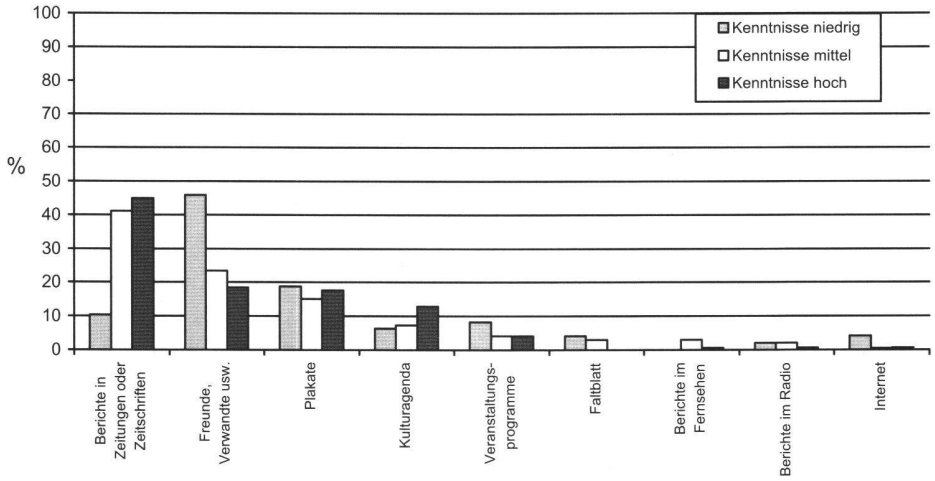

**Grafik 49:** Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch (Angaben in %).



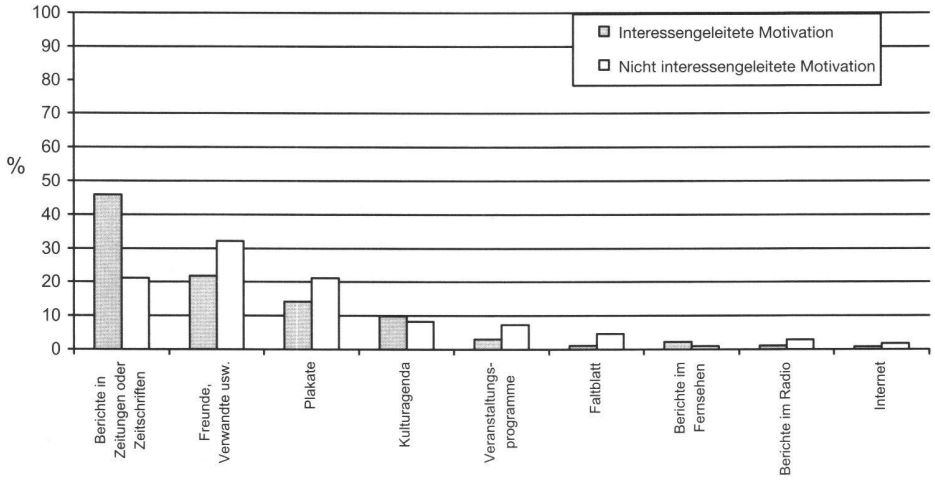

**Grafik 50:** Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch nach Alter (Angaben in %).



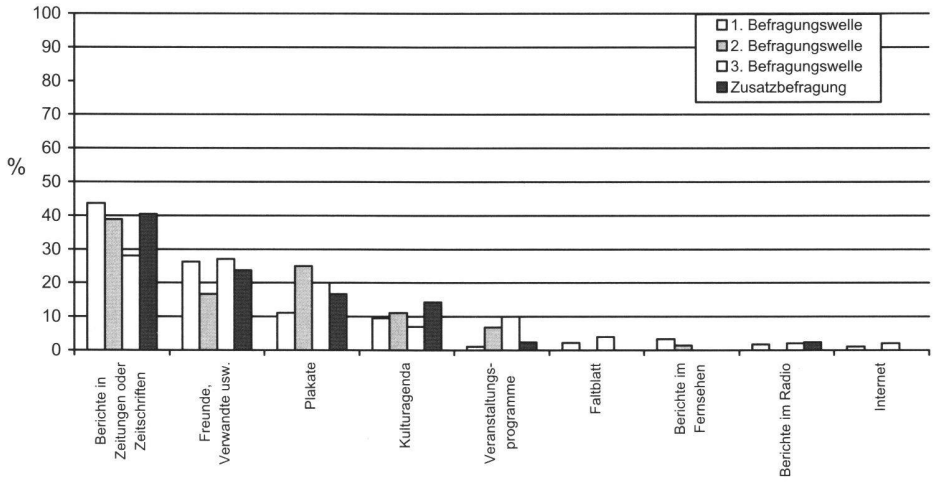

**Grafik 51a:** Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch und kulturgeschichtliches Interesse der Besucher/innen (Angaben in %).



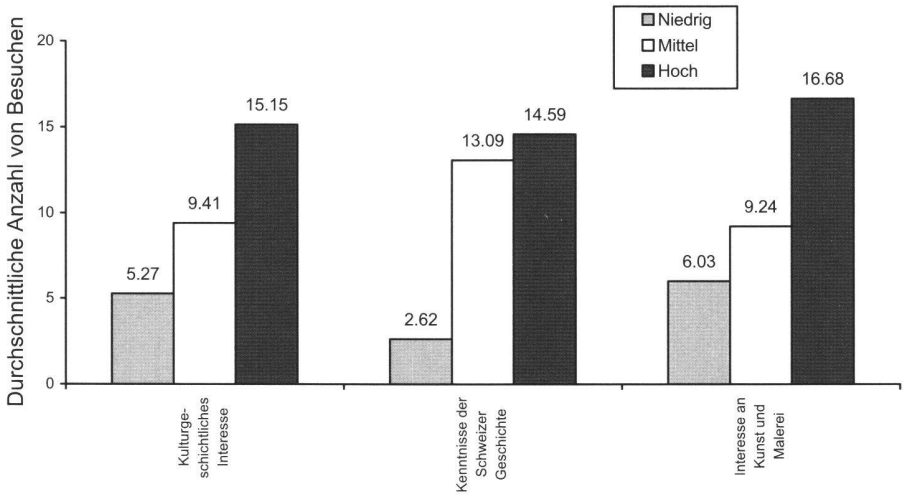

**Grafik 51b:** Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch und Kenntnisse der Schweizer Geschichte (Angaben in %).



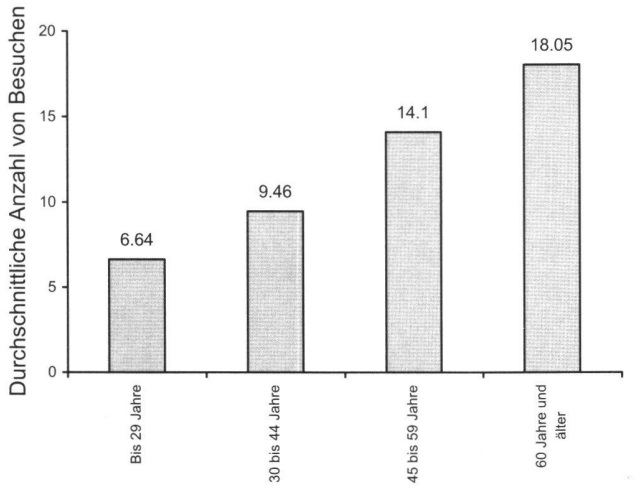

**Grafik 52:** Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch und Motivationstruktur der Befragten (Angaben in %).



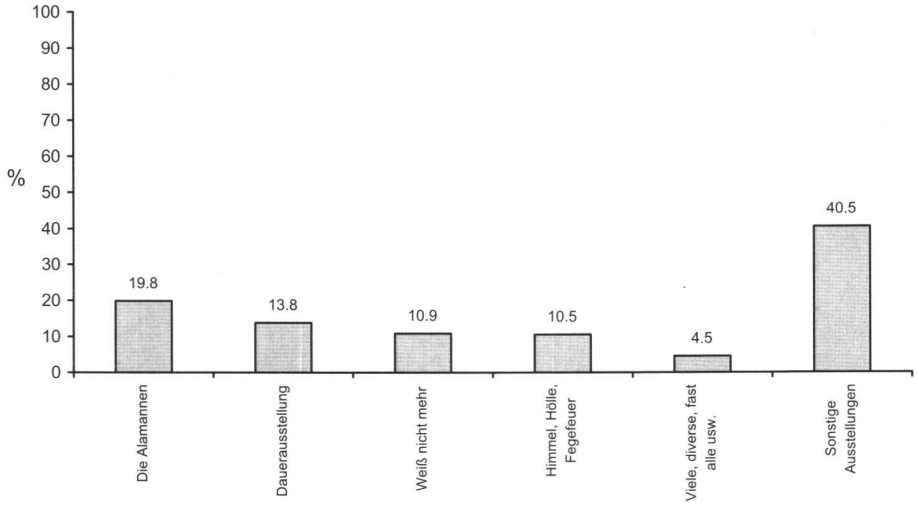

**Grafik 53:** Bedeutung von Informationsquellen für den Ausstellungsbesuch und Zeitpunkt der Befragung (Angaben in %).




**Grafik 54:** Vorherige Besuche im Schweizerischen Landesmuseum und Interessen und Kenntnisse der Besucher (Mittelwerte).

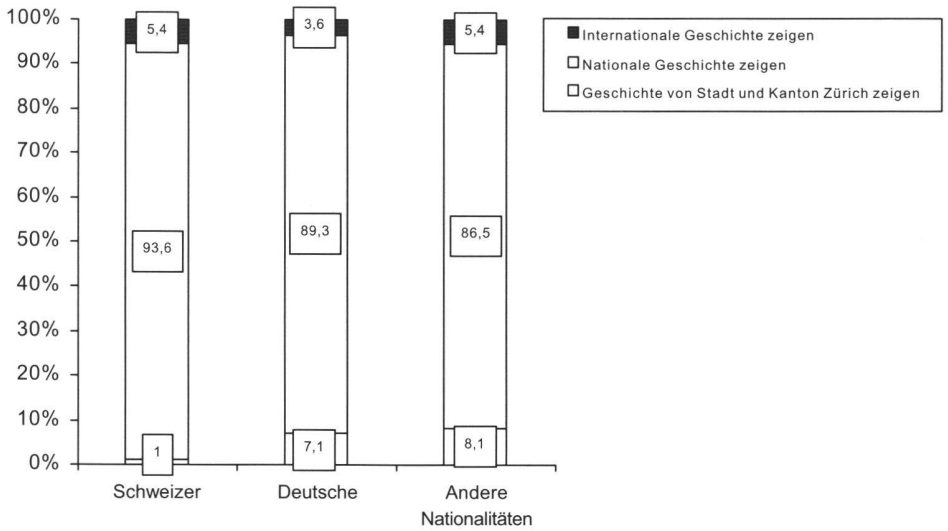



**Grafik 55:** Vorherige Besuche im Schweizerischen Landesmuseum und Alter der Befragten (Mittelwerte).[17]

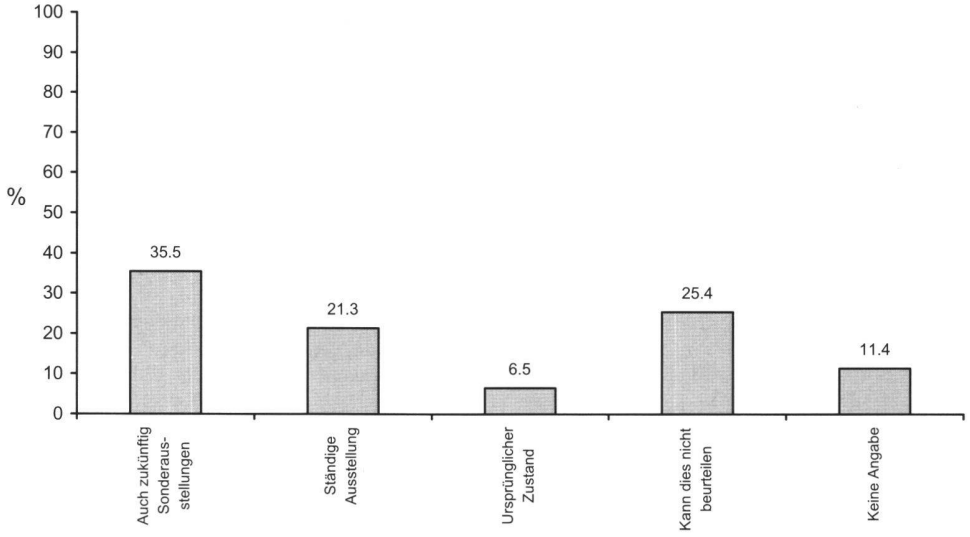



**Grafik 56:** Zuletzt besuchte Ausstellung des Schweizerischen Landesmuseums (Mehrfachantworten möglich; Angaben in %; N = 247).

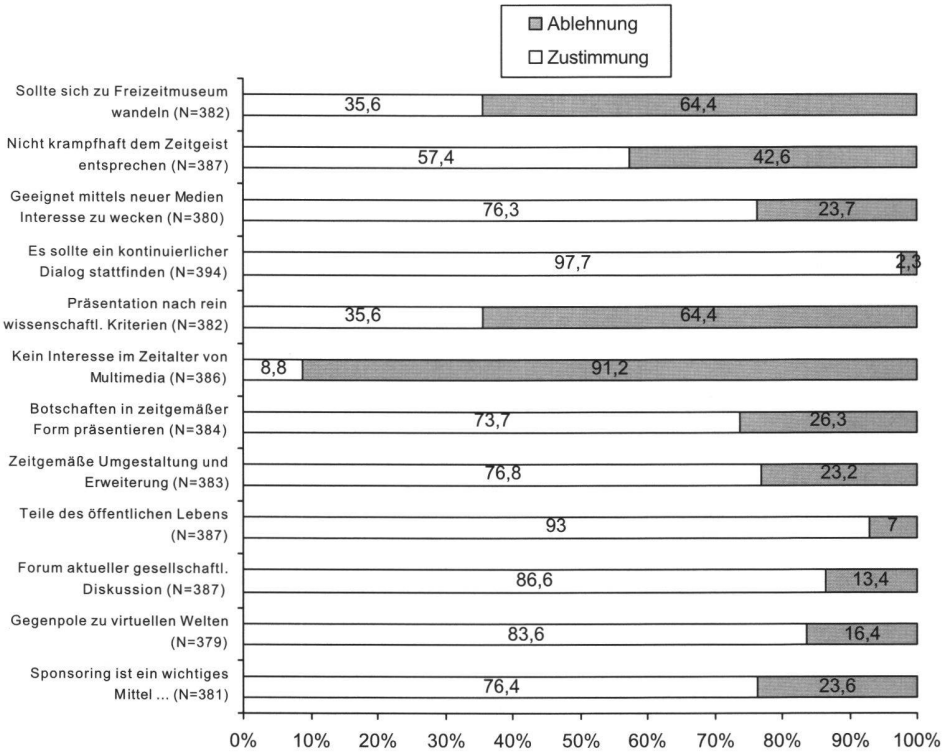
[17] Sign.: 0.004, $Eta^2$ = 0,046.



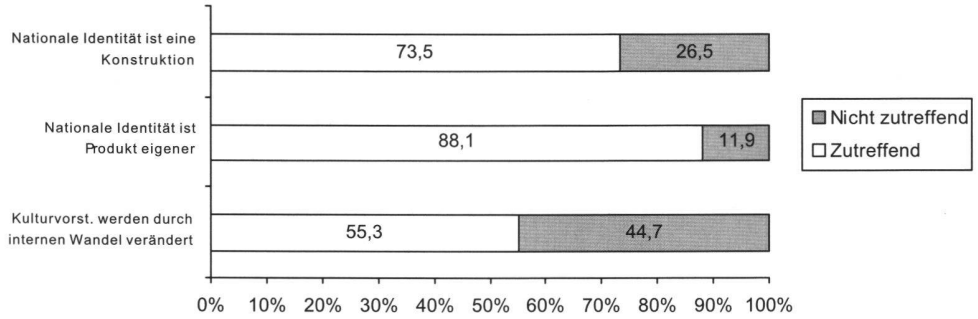

**Grafik 57:** Zukünftige Aufgabe des Schweizerischen Landesmuseums und Nationalität der Besucher/innen (Angaben in %).



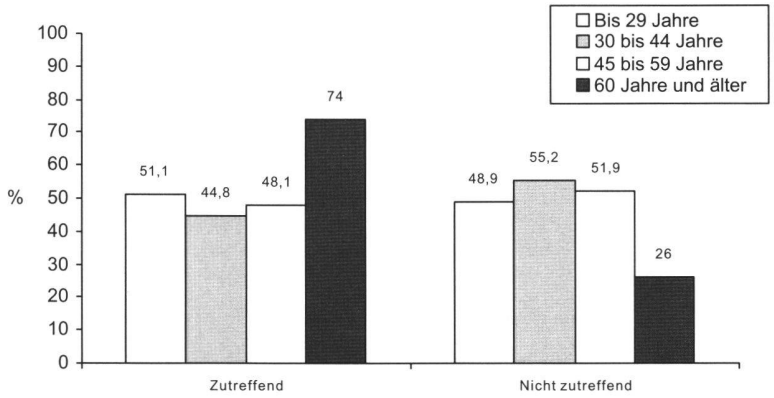

**Grafik 58:** Zukünftige Nutzung der Ruhmeshalle des Schweizerischen Landesmuseums (Angaben in %).



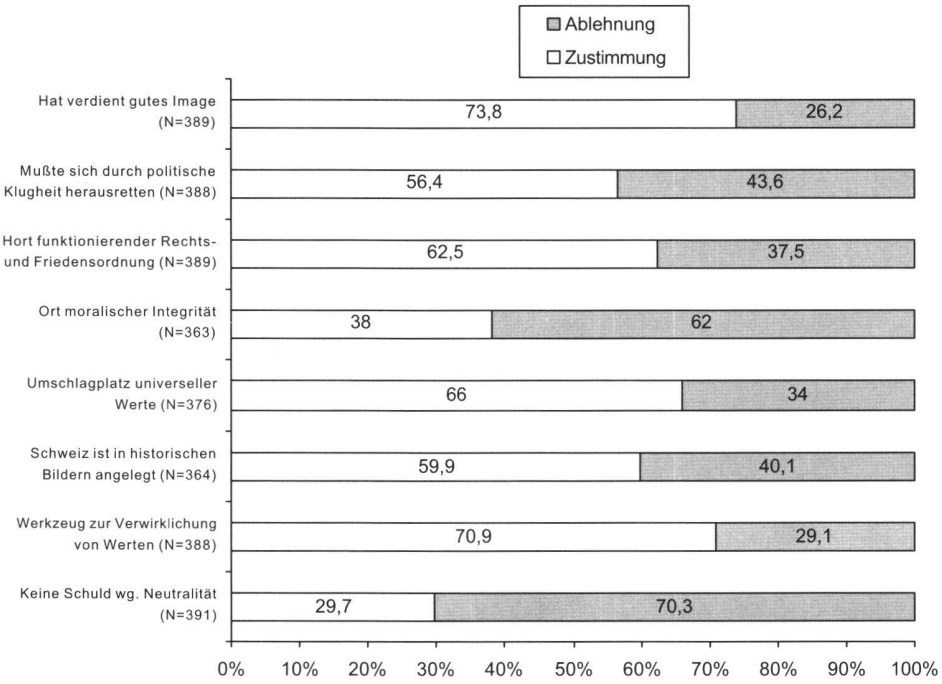

**Grafik 59:** Zukünftige Orientierung des Schweizerischen Landesmuseums (Angaben in %).




**Grafik 60:** Einstellung zur Entstehung von nationaler Identität (Angaben in %).

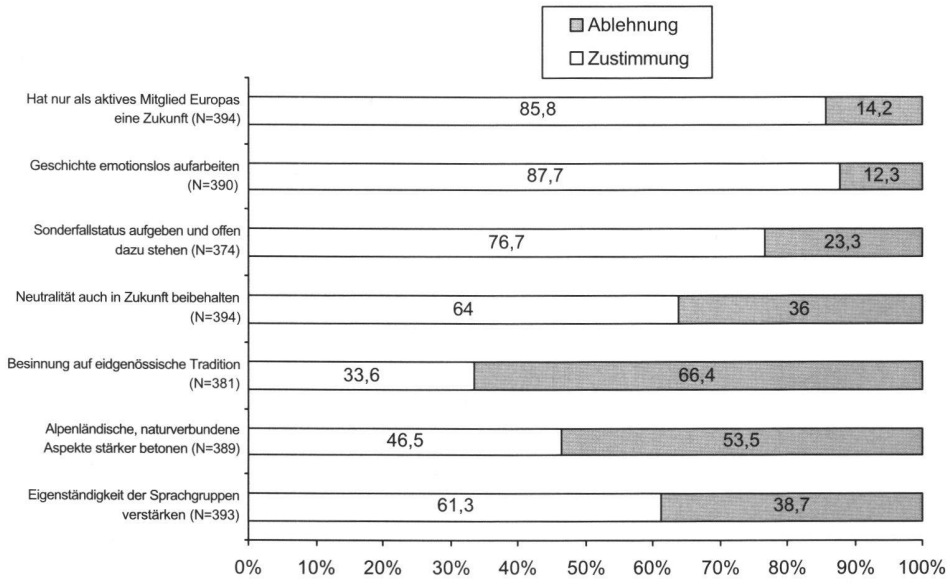



**Grafik 61:** Einstellung zur Entstehung von Kulturvorstellungen und Alter (Angaben in %).[18]

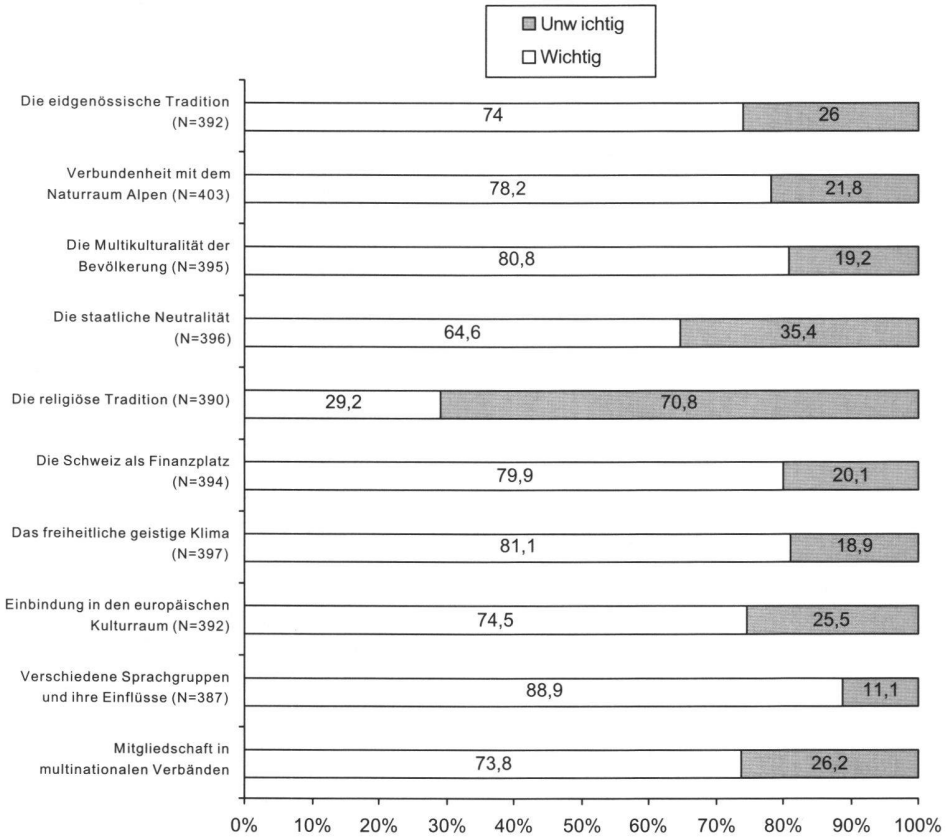



**Grafik 62:** Einstellungen gegenüber verschiedenen Geschichtsbildern und Beurteilungen der Schweiz im Hinblick auf ihren Entstehungsprozess und ihr nationales Selbstverständnis (Angaben in %).

[18] Sign.: 0.000, $\chi^2$ = 20,702.

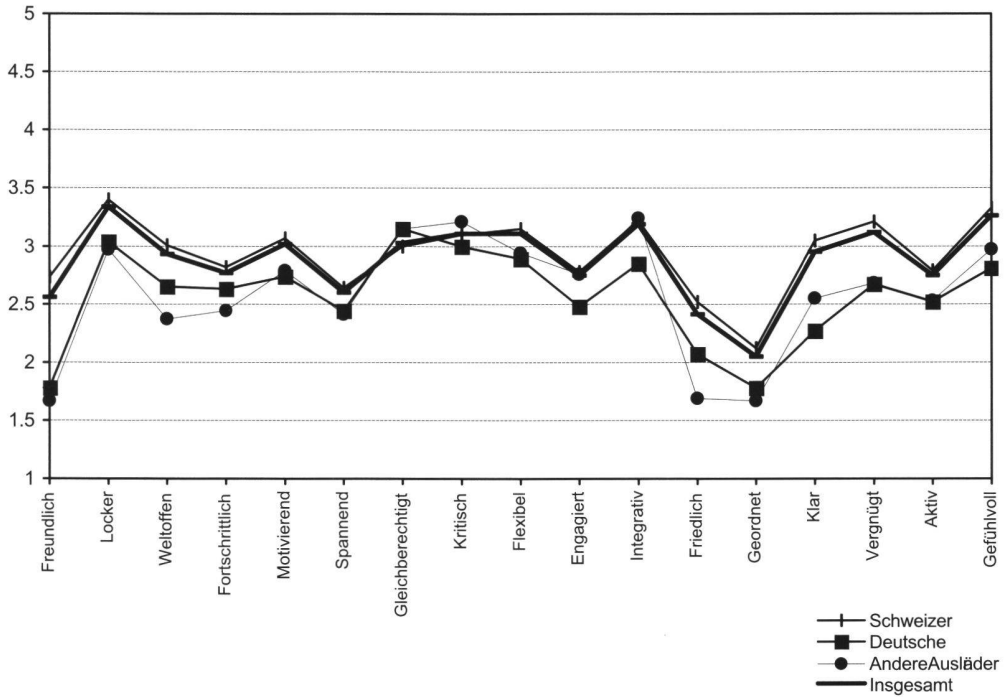



**Grafik 63:** Zukünftige Wertsetzung der Schweiz (Angaben in %).




**Grafik 64:** Bezugspunkte für das Image der Schweiz (Angaben in %).

Die Gesamteinschätzung der Besucher/innen ergibt für das derzeitige Klima in der Schweiz folgendes Ergebnis:




**Grafik 65:** Polaritätenprofil der derzeitigen «Atmosphäre in der Schweiz».