LANDES VERBAND DER MUSEEN ZU BERLIN E.V.

L M B

BERLINER MUSEIN & COVID-19

IMPRESSUM

Berliner Museen und COVID-19

Die Online-Befragung der Museen wurde konzipiert und durchgeführt vom Landesverband der Museen zu Berlin e. V. mit der Unterstützung von KULTUREVALUATION WEGNER. Die Auswertung erfolgte durch KULTUREVALUATION WEGNER. Diese war Grundlage für diesen Bericht.

Text

Sarah Metzler, Landesverband der Museen zu Berlin e.V. mit Unterstützung der Vorstandsmitglieder Dr. Patricia Rahemipour, Institut für Museumsforschung (SMB, SPK), Anja Schaluschke, Museum für Kommunikation Berlin, Dr. Julia Wallner, Georg Kolbe Museum sowie Dr. Nora Wegner, KULTUREVALUATION WEGNER.

Korrektorat

Annette Meier, Kulturprojekte Berlin

Gestaltung

Lena-F. Naerger, Kulturprojekte Berlin

©2021: Landesverband der Museen zu Berlin e. V. Mit freundlicher Unterstützung der Kulturprojekte Berlin GmbH

Landesverband der Museen zu Berlin e.V. Podewil Klosterstraße 68 10179 Berlin 030 24749–882 info@lmb.museum www.lmb.museum

Ergebnisbericht Seite 2 von 24

INHALT

GRUSSWORT	Seite 4
HINWEISE ZUR METHODE UND ZUR BETEILIGUNG	Seite 5
ZENTRALE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK	Seite 6
AUSFÜHRLICHE ERGEBNISSE	Seite 8
Wiedereröffnung nach der ersten Schließungsphase	Seite 8
Angebote für das Publikum	Seite 9
Publikum	Seite 11
Netzwerke	Seite 14
Arbeitsverhältnisse	Seite 16
Arbeitsweisen	Seite 18
Wirtschaftliche Situation	Seite 19
Zentrale Herausforderungen und Chancen	Seite 22
Unterstützungsbedarf	Seite 23

Ergebnisbericht Seite 3 von 24

GRUSSWORT

Wir freuen uns, Ihnen hier die Ergebnisse unserer Studie zu den Folgen der COVID-19-Pandemie für die Berliner Museen präsentieren zu können. Unser Dank gilt den Museen, die sich die Zeit genommen haben, unsere Fragen zu beantworten.

Die Pandemie beeinflusst die Arbeit und die Situation der Berliner Museen nach wie vor. Ziel der Untersuchung war es, fundierte Daten zu den Auswirkungen zu sammeln. Auf deren Basis möchten wir noch zielgerichteter im Interesse der Museen handeln und diese vertreten, damit sie auch künftig ihrem gesellschaftlichen Auftrag gerecht werden können. Die pandemiebedingte Schließung der Museen hat einerseits gezeigt, wie essenziell die museale Arbeit für ein soziales Miteinander ist. Zugleich sind aber deutlicher als zuvor Defizite, zum Beispiel im infrastrukturellen oder personellen Bereich, sichtbar geworden, die langfristig gelöst werden müssen. Nur so bleiben die Museen anschlussfähig und können ihre im gesellschaftlichen Diskurs relevante Stimme einbringen.

Wir danken KULTUREVALUATION WEGNER für ihre Unterstützung bei der Konzeption, Durchführung und Auswertung der Studie sowie den Kulturprojekten Berlin für die grafische Gestaltung des Berichtes durch Lena-F. Naerger und das Korrektorat durch Annette Meier.

Wir freuen uns auf eine zielgerichtete und konstruktive Diskussion über die praktischen Konsequenzen dieser Ergebnisse für die Museen, die Verbände und die Kulturpolitik. Informationen erhalten Sie auf <u>www.lmb.museum</u>.

Dr.Thomas Köhler Vorsitzender Dr.Julia Wallner Stellvertretende Vorsitzende

Thomas his Jula Walled Varin in Am

Moritz van Dülmen Geschäftsführer

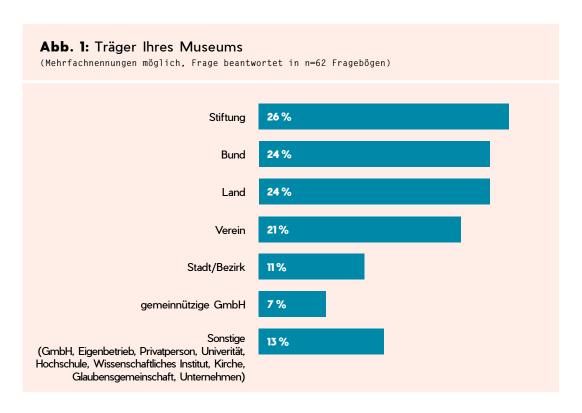
Ergebnisbericht Seite 4 von 24

HINWEISE ZUR METHODE UND ZUR BETEILIGUNG

Vom 26. Oktober bis zum 02. Dezember 2020 führte der Landesverband der Museen zu Berlin e.V. mit der Unterstützung von KULTUREVALUATION WEGNER eine Studie zu den Folgen der COVID-19-Pandemie für die Berliner Museen durch. Die Daten wurden mittels eines Online-Fragebogens in deutscher Sprache erhoben. Sie beziehen sich schwerpunktmäßig auf die Phase nach der ersten Schließung im März 2020 und die Öffnungsphase von Mai bis Oktober, mit einem Ausblick auf die erneute Schließung ab November. Der Fragebogen wurde kurz nach dem Start der Befragung angepasst, als die erneute Schließung der Museen zum 2. November 2020 pandemiebedingt notwendig wurde. In die Auswertung sind 62 vollständig ausgefüllte Fragebögen eingeflossen.

Bezogen auf insgesamt circa 180 Museen in Berlin beträgt der Rücklauf 34%. Ein Museum meldete zurück, dass es aufgrund der Pandemie bereits ganz schließen mussten. Weiterhin haben einzelne Museen keinen Fragebogen ausgefüllt, weil sie zum Beispiel vorübergehend wegen Bauarbeiten geschlossen sind.

71% der teilnehmenden Museen liegen innerhalb des Berliner S-Bahn-Rings, 29% außerhalb. Es beteiligten sich wenige Häuser ohne feste Mitarbeitende; die restlichen Häuser bildeten eine breite Spanne von einer bis fünf festen bis hin zu über 50 festen Mitarbeitenden. Es nahmen Museen vieler unterschiedlicher Trägerschaften teil.



Dieser Bericht wurde auf der Basis der Auswertung der Daten durch die Agentur KULTUR-EVALUATION WEGNER erstellt. Präsentiert wird eine Auswahl der Ergebnisse. Bei den Antworten auf die geschlossenen Fragen wurden an wenigen Stellen zur besseren Lesbarkeit vorgegebene Antwortoptionen zu "Sonstige" zusammengefasst. Die Antworten auf die offenen Fragen konnten noch nicht umfassend ausgewertet werden, auch aufgrund der notwendigen anonymisierten Darstellung. Zusammenfassungen und grafische Wortwolken bilden Tendenzen ab.

Ergebnisbericht Seite 5 von 24

¹ Der Link zum Fragebogen wurde über die Verteiler des Landesverbands der Museen zu Berlin e.V. sowie über Social-Media-Kanäle und persönliche Kontakte verschickt. Mehrmalige Erinnerungen und Verlängerungen des Befragungszeitraums erfolgten.

² Bei einigen Museumsverbänden wurde ein Fragebogen insgesamt ausgefüllt sowie zusätzlich Fragebögen von einzelnen Häusern, um Antworten auf deren spezifische Situation zu geben.

ZENTRALE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK³

Angebot

- Viele Museen konnten ihrem Publikum pandemiebedingt nur noch ein eingeschränktes Angebot machen. 75% der Museen gaben an, dass sie ihrem Publikum keine oder nur sehr eingeschränkt personale Bildungs- und Vermittlungsangebote zur Verfügung stellen konnten.
- Viele Museen schufen neue Angebote für ihr Publikum. 77% der Museen entwickelten neue digitale Angebote, 47% Angebote außerhalb des Museums (Freiluft). Einen Ausgleich des pandemiebedingt nicht stattfindenden Angebots sahen die meisten Museen in diesen aber nicht oder nur teilweise.

Publikum

- Durchschnittlich hatten die Museen in den Monaten nach ihrer Wiederöffnung 75% weniger Besuche vor Ort pro Monat als im Jahr 2019. 54% der Museen erwarteten 2021 einen Anstieg der Besuche, 33% eine Stagnation auf dem Niveau zum Zeitpunkt der Befragung. 13% gingen davon aus, dass die Besuchszahlen 2021 weiter sinken.
- Die Zusammensetzung der Besuchenden veränderte sich durch die Pandemie. Es fanden kaum Gruppenbesuche statt. Vor allem die Schulklassen fehlten vielen Museen. Außerdem blieben die (internationalen) Tourist:innen aus. Das Publikum war regionaler, der Anteil an Berliner:innen höher. Viele Museen gingen davon aus, dass diese Veränderungen der Publikumszusammensetzung 2021 bestehen bleiben werden.
- 65% der Museen gaben einen Anstieg der digitalen Besuche an. Bei 27% blieb die Anzahl unverändert. Bei 8% der Museen gab es weniger digitale Besuche als zuvor.

Netzwerke

– Die Netzwerke der Museen in die Gesellschaft hinein litten unter der Pandemie. 61% der Museen gaben an, dass sich ihre Beziehungen zu den Schulen verschlechtert haben, 44% konstatierten dies für Vereine, Communities und die Bürgergesellschaft. Die Museen erwarteten zum Zeitpunkt der Befragung langfristig einen erhöhten Aufwand, um die Beziehungen wiederaufzubauen und zu stabilisieren.

Arbeitsverhältnisse

- Die freien Mitarbeitenden waren zum Zeitpunkt der Befragung besonders von den Folgen der Pandemie betroffen. 68% der Museen berichteten von Honorarausfällen. Einige Museen fürchteten, dass sich die freien Mitarbeitenden anderweitig orientieren und den Museen langfristig nicht mehr zur Verfügung stehen könnten.
- Digitaler, mobiler, agiler: 90% der Museen gaben an, dass sich zum Zeitpunkt der Befragung die Arbeitsweisen im Museum bereits pandemiebedingt verändert hatten. 69% hielten einen noch stärkeren Wandel in Zukunft für notwendig.

Ergebnisbericht Seite 6 von 25

³ Die Angaben zur Anzahl der ausgewerteten Fragebögen für die jeweiligen Ergebnisse finden Sie in der ausführlichen Darstellung.

wirtschaftliche Situation

– 85% der Museen stellten bis Oktober 2020 in mindestens einem Bereich Verluste fest. 93% der Museen berichteten von erhöhten Kosten in mindestens einem Bereich (vor allem Schutz- und Hygienemaßnahmen). Ausgeglichen wurden die Defizite vor allem durch die Inanspruchnahme von Unterstützung/ Förderprogrammen sowie z.T. durch reduzierte Kosten in anderen Bereichen und Sparmaßnahmen.

zentrale Herausforderungen und Chancen

- Zu den größten Herausforderungen zählten die Museen die Neuaufstellung der Bildungsund Vermittlungsarbeit, die Publikumsgewinnung und -bindung sowie die Schaffung der notwendigen Infrastruktur für den digitalen Wandel. Außerdem beschäftigten die Museen verschiedene Aspekte der Finanzierung.
- Die größten Chancen versprechen sich die Museen von der Digitalisierung insbesondere durch die Schaffung neuer digitaler Angebote, dem Aufbau der digitalen Infrastruktur und die Entwicklung digitaler Strategien. Sie erhofften sich davon, langfristig ein breiteres Angebot zu schaffen und so auch neue Besuchende gewinnen zu können. Viele Museen nannten zudem die Chance auf interne Strukturveränderungen, neue Sicht- und Arbeitsweisen, die es ermöglichen, neue Wege in der Museumsarbeit zu gehen.

Ergebnisbericht Seite 7 von 25

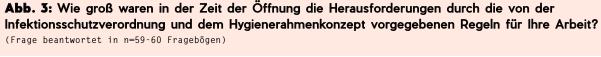
AUSFÜHRLICHE ERGEBNISSE

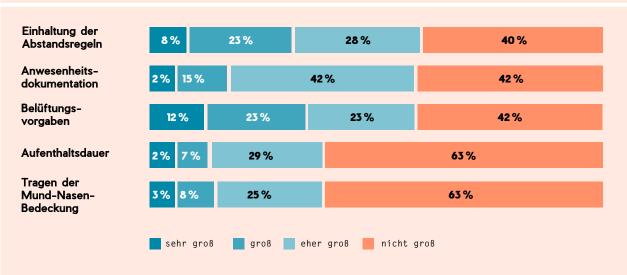
1. Wiedereröffnung nach der ersten Schließungsphase

In Berlin wurde das Öffnungsverbot für die Museen zum 4. Mai 2020 aufgehoben. Die meisten Museen öffneten im Mai und Juni 2020. Zum Zeitpunkt der Befragung waren zwei der Museen noch nicht wieder geöffnet. Als Gründe dafür wurden die Kosten für den Museumsbetrieb unter Einhaltung der Hygieneregeln, Sicherheitsbedenken und Personalmangel genannt.

Abb.2: Seit wann war das Museum nach der ersten Schließung im März 2020 wieder geöffnet? (Mehrfachnennung möglich, Frage beantwortet in n=62 Fragebögen)		
	in %	
noch nicht wieder geöffnet seit März 2020	3	
Mai	63	
Juni	21	
Juli	5	
August	5	
September	2	
Oktober	2	

Nach der Wiederöffnung mussten die Museen Schutz- und Hygienemaßnahmen ergreifen. Diese wurden von der jeweils gültigen Version der Verordnungen des Berliner Senats und dem darauf basierenden Hygienerahmenkonzept für Kultureinrichtungen der Senatsverwaltung für Kultur und Europa festgelegt. Diese waren und sind für alle Museen in Berlin verbindlich. Es erfolgten mehrfache Anpassungen. Die Einhaltung der Abstandsregeln, die Anwesenheitsdokumentation und die Belüftungsvorgaben wurden zum Zeitpunkt der Befragung als die größten Herausforderungen betrachtet.





Ergebnisbericht Seite 8 von 24

2. Angebote für das Publikum

Die Pandemie hatte sich zum Zeitpunkt der Befragung bereits auf Umfang und Gestaltung des Angebots der Museen ausgewirkt.

a. Öffnungszeiten

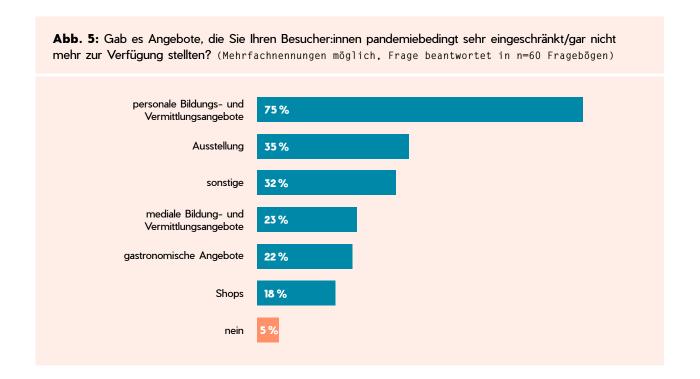
Knapp über die Hälfte der Museen behielt ihre Öffnungszeiten bei. Bei der anderen Hälfte der Museen kam es vor allem zu Verkürzungen.

Abb. 4: Galten seit der Wiedereröffnung nach der 1. Schließung veränderte Öffnungszeiten? (Frage beantwortet in n=60 Fragebögen)		
	in %	
unverändert	52	
stark verkürzt	12	
verkürzt	32	
erweitert	5	

35% der Museen (Frage beantwortet in n=60 Fragebögen) richteten Sonderöffnungszeiten für Schulklassen ein. Das Hygienerahmenkonzept der Senatsverwaltung für Kultur und Europa erlaubte den Berliner Museen ab einem bestimmten Zeitpunkt, die Abstandsregeln für Schulklassen aufzuheben – sofern keine anderen Besuchenden im Museum gleichzeitig anwesend waren.

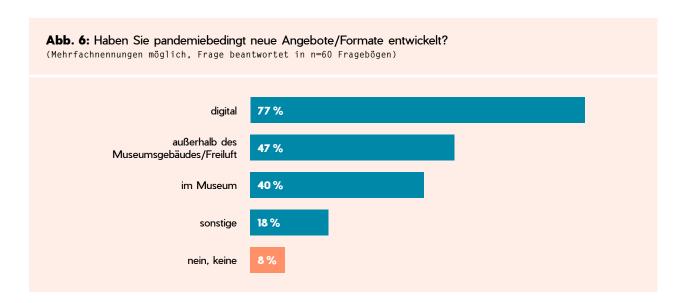
b. Angebotsspektrum

Deutlich wirkte sich die Pandemie auf das Angebotsspektrum aus. So gaben 75% der Museen an, dass sie ihre personalen Bildungs- und Vermittlungsangebote dem Publikum nur sehr eingeschränkt oder gar nicht mehr zur Verfügung stellen konnten.



Ergebnisbericht Seite 9 von 24

Viele Museen entwickelten aber auch neue, vor allem digitale Angebote. Genannt wurden hier zum Beispiel der Ausbau der Online-Sammlungen, digitale Ausstellungsrundgänge und (Live-)Führungen, Streamings, virtuelle Jugendbegegnungen, 360-Grad-Panorma-Aufnahmen, digitale Tutorials für Kinder, Videos, verstärkte Social-Media-Aktivitäten, Online-Fortbildungen für Lehrkräfte, Podcasts und vieles mehr.



Die neuen Angebote wurden von so gut wie allen Museen nur teilweise (64%, Frage beantwortet in n=55 Fragebögen) oder gar nicht (35%) als Ausgleich für wegfallende Angebote betrachtet. Interessant ist der Blick auf die individuellen Rückmeldungen zu dieser Frage (Auswahl):

"Auch die modifizierten Angebote für Kitagruppen und Schulklassen wurden sehr gut angenommen."

"Die digitalen Angebote sehen wir als Bereicherung, weniger als Ersatz. Die Angebote im Stadtraum (…) wurden sehr gut angenommen. Wenn es die Situation und die Jahreszeit wieder möglich machen, wäre hier eine Förderung, bzw. Öffnung des Programms Draußenstadt von SenKult wünschenswert."

"Auch wenn die neuen digitalen Angebote teilweise ein Ausgleich waren, so ist die Umstellung eher schleppend, und sowohl in der Quantität der Angebote als auch in der Breite des Angebots gibt es deutliche Einschränkungen."

"Aus finanzieller Sicht können die digitalen Angebote die analogen nicht ausgleichen, weil die digitalen Angebote kostenfrei sind."

"Digitale Formate sind aufwendig, sie sind in vielerlei Hinsicht hilfreich, ermöglichen einen bedingten Zugang zu den Angeboten der Institution, können aber die analogen Formate nicht ersetzen."

Ergebnisbericht Seite 10 von 24

3. Publikum

Durch die Pandemie hatten die Museen deutlich weniger Besuche vor Ort. Dafür stieg die Anzahl der digitalen Besuche. Die Zusammensetzung des Publikums veränderte sich.

a. Besuche vor Ort

Durchschnittlich hatten die Museen nach der Wiederöffnung pro Monat 75% weniger Besuche⁴ vor Ort als im Jahr 2019 (Frage beantwortet in n= 44 Fragebögen⁵). Dabei fielen insbesondere die Gruppenbesuche ins Gewicht. Hier ergaben sich 95% weniger Besuche als 2019 (Frage beantwortet in n=19 Fragebögen, durch zahlreiche offene Antworten zusätzlich belegt). Die Museen mussten aufgrund der Schutz- und Hygieneregeln die Anzahl der Besuchenden begrenzen. Gleichzeitig verzeichneten viele Museen weniger Nachfrage. Auch das pandemiebedingt reduzierte Angebot sorgte für weniger Besuche.

54% der Museen (Frage beantwortet in n=48 Fragebögen) erwarteten zum Zeitpunkt der Befragung, dass die Besuchszahlen im Jahr 2021 wieder steigen. 33% rechneten damit, dass diese bleiben wie zum Zeitpunkt der Befragung. 13% gingen davon aus, dass die Besuchszahlen weiter sinken.

b. Digitale Besuche

Entsprechend des vergrößerten digitalen Angebots vieler Museen entwickelten sich die digitalen Besuche nach Einschätzung⁶ der Museen positiv. 65% der Museen (Frage beantwortet in n=49 Fragebögen) gaben an, dass ihre digitalen Besuche gestiegen waren. 27% verzeichneten unveränderte und 8% gesunkene Besuchszahlen. Dazu merkten die Museen an (Auswahl):

"Die Zugriffe auf die Webseiten mit Serviceinformationen sind vor allem im Lock-Down massiv gesunken, dafür sind die Zugriffe auf die Sammlungsseiten und die digitalen Angebote massiv gestiegen und konnten die Verluste auf den anderen Seiten ausgleichen bzw. die Zahlen erhöhen."

"Deutlich gestiegen sind die Follower unseres Instagram-Accounts, wobei wir unsere Angebote hier auch ausgeweitet haben (...)."

"Wir stellen ein erhöhtes Interesse von Lehrkräften fest."

"Sie sind aber nur leicht gestiegen. Aufwand und Nutzen stehen in einem Missverhältnis."

"Wir hatten vor der Schließung keine digitalen Angebote."

"Die neu entwickelten Angebote werden gut angenommen: Steigerung der User und Verweilzahlen steigen ebenso kontinuierlich."

4 Gemeint ist die Anzahl der erfolgten Besuche, nicht der Besucher:innen. Dabei ist nicht berücksichtigt, ob einzelne Besucher:innen die Museen mehrfach besuchten.
5 Die Angaben wurden nur dann berücksichtigt, wenn von den Museen Angaben für beide Jahre 2019 und 2020 vorlagen. n= weist die Anzahl der Museen mit jeweiligen Angaben aus.
6 Die digitalen Besuche werden auf unterschiedliche Weise, zum Teil auch gar nicht gezählt.

Ergebnisbericht Seite 11 von 24

c. Zusammensetzung des Publikums

77% der Museen (Frage beantwortet in n=56 Fragebögen) stellten Veränderungen in der Zusammensetzung des Publikums fest. Es fanden kaum Gruppenbesuche statt. Vor allem die Schulklassen fehlten vielen Museen. Außerdem blieben die Tourist:innen aus. Besonders oft wurde auf die internationalen Tourist:innen hingewiesen. Das Publikum war regionaler, der Anteil an Berliner:innen höher. Die folgende Übersicht zeigt das Spektrum der Antworten (Auswahl):

jünger
Familien
nur-Kleinstgruppen
regionaler
wenig-Gruppen

wenig-Tourist:innen

mehr-Berliner:innen wenig-Schulklassen

keine-Bundespresseamtsgruppen

mehr-vorab-Interessierte

62% der Museen (Mehrfachnennungen möglich, Frage beantwortet in n=60 Fragebögen) gaben an, dass sie den Bedürfnissen mindestens einer Besuchendengruppe pandemiebedingt schlechter oder gar nicht Rechnung tragen konnten. Genannt wurden unter anderem Schulklassen und andere Gruppen, Menschen, die aus gesundheitlichen Gründen und/oder aufgrund ihres Alters zur Risikogruppe gehören, Kooperationspartner aus der Jugend-, Sozial- und Bildungsarbeit, an öffentlichen Führungen interessierte Individualbesuchende.

Außerdem wiesen einige Museen darauf hin, dass den Bedürfnissen vieler Menschen mit Behinderungen schlechter Rechnung getragen werden konnte. Personen mit Mobilitätseinschränkungen war es durch die eingeschränkte Wegeleitung durch das Museum nicht möglich, barrierefreie Eingänge/Durchgänge zu nutzen. Tastobjekte wurde gesperrt, um Schmierinfektionen zu verhindern. Das erschwerte sehbehinderten Menschen den Zugang zum Museum. Barrierefreie Angebote, wie Führungen und Workshops, konnten nicht stattfinden. Bei Veranstaltungen fehlte z.T. die Übersetzung in die Deutsche Gebärdenschrift.

Ergebnisbericht Seite 12 von 24

Viele Museen gingen davon aus, dass diese Veränderungen der Publikumszusammensetzung in 2021 bestehen bleiben werden. Einige erwarteten eine Rückkehr zur Zusammensetzung des Publikums vor der Pandemie. Insbesondere hofften viele, dass die Schulen die Angebote der Museen wieder stärker wahrnehmen würden. Die folgenden Statements geben Einblicke in die Erwartungen einzelner Häuser (Auswahl):

"Die Online-Angebote werden von einer verstärkt jüngeren und digital affinen Zielgruppe genutzt. Es werden vermutlich immer noch verstärkt regionale, lokale Besuchergruppen erwartet. (...) Wir erwarten, dass der Anteil von ausländischen Besucher:innen immer noch auf einem niedrigen Niveau sein wird und vor allem aus
umliegenden Länder mit niedrigen Corona-Zahlen kommen werden."

"Ich hoffe, dass verstärkt wieder Besuche von Schulklassen und Gruppen möglich sein werden und auch das Bundespresseamt irgendwann wieder mit Berlin-Reisen beginnt."

"Es wird weiter eher regional bleiben, möglicherweise mehr Familien."

"Wir befürchten einen generellen Rückgang und vor allem sehr viel weniger internationale Tourist:innen. Auch Schulklassen werden insb. In der ersten Jahreshälfte noch zurückhaltend sein."

"Neu-Besucher:innen sind schwer zu gewinnen."

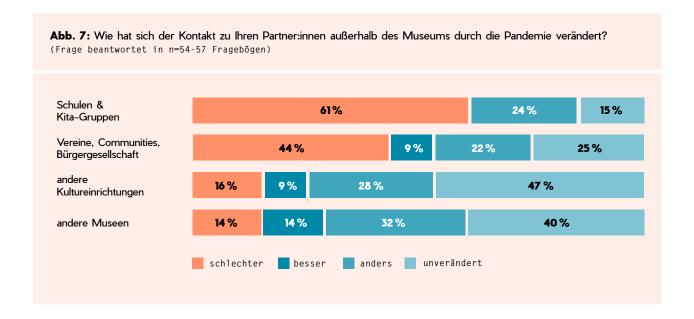
"Hoffentlich keine, d.h. wir hoffen, dass unser Stammpublikum wiederkommt. Schön wäre, wenn sich inbsesondere durch die Instagram-Aktvitäten zusätzlich mehr jüngeres Publikum einfindet.

"Menschen mit gesundheitlichen Einschränkungen meiden Veranstaltungen mit vielen anderen Menschen und eine Anreise mit dem ÖPNV."

Ergebnisbericht Seite 13 von 24

4. Netzwerke

Die Pandemie hat großen Einfluss auf die Möglichkeiten der Kommunikation und Zusammenarbeit der Museen mit ihren gesellschaftlichen Partner:innen. Viele Museen stellten erhebliche Verschlechterungen in den Kontakten zu den Schulen und Kitas fest. 44% der Museen konstatierten diese auch für Vereine, Communities und die Bürgergesellschaft.



- Andere Museen und Kultureinrichtungen

Der Kontakt zu anderen Museen und Kultureinrichtungen verlagerte sich größtenteils ins Digitale. Ein Teil der Museen berichtete von verstärktem Austausch untereinander, insbesondere zum Umgang mit der Pandemie. Ein anderer Teil wies auf sehr viel weniger persönliche, informelle Kontakte, einen verminderten Austausch sowie weniger Kooperationen hin. Ein Museum machte auf die schlechtere Erreichbarkeit der Kolleg:innen in Kurzarbeit aufmerksam.

- Schulen und Kita-Gruppen

Die durch das Hygienerahmenkonzept für Kulturinstitutionen vorgegebenen Schutz- und Hygieneregeln, vor allem die Abstandsregeln, machten es für viele Museen schwierig, Schulklassen Angebote zu machen. Dazu kam eine geringere Nachfrage von Seiten der Schulen. Ein Museum wies darauf hin, dass die Schulen vor allem damit beschäftigt waren, ihren eigenen Betrieb unter Pandemiebedingungen zu organisieren. Das führte in vielen Fällen dazu, dass sehr viel weniger Kontakt und Austausch stattfanden. Persönliche Beziehungen zu den Lehrkräften litten. Gleichzeitig berichteten einige Museen auch von einem erhöhten Beratungs- und Kommunikationsaufwand.

- Vereine, Communities und Bürgergesellschaft

Auch mit Blick auf diese Partner:innen berichteten die Museen von einem reduzierten Angebot aufgrund der Schutz- und Hygieneregeln. So konnten zum Beispiel keine begleitenden Angebote im großen Rahmen, keine Gruppenbesuche, keine niedrigschwelligen, offenen Angebote stattfinden. Einige Museen wiesen darauf hin, dass der persönliche Kontakt und die Planbarkeit für diese Partner:innen besonders wichtig ist; ein anderes darauf, dass der Zusammenschluss in der eigenen Community verstärkt war. Als weiterer Faktor wurde der Wegfall von Events, Vorträgen und Reisen genannt. Es wurde aber auch von einer Intensivierung des Kontakts mit den Bildungspartner:innen und dem Versuch, sich gegenseitig zu unterstützen, berichtet.

Ergebnisbericht Seite 14 von 24

- Sonstige

Außerdem berichteten Museen von einem verbesserten Kontakt zu touristischen Partner:innen, Fachkontakten (unter anderem zum betriebsärztlichen Dienst), Hochschulen (Planung gemeinsamer Veranstaltungen) sowie zur Politik und zur Presse. Verschlechterungen wurden mit Blick auf die Zusammenarbeit mit Studierenden, die Forschung Externer zur Sammlung sowie mittelfristig für das Finden von Sponsoren festgestellt. Bereits geplante Kooperationen wurden z.T. verschoben. Ein Museum wies auf spürbare Zurückhaltung von Partner:innen aufgrund pandemiebedingter finanzieller Einbußen hin. Positiv wurde das Verständnis von Fördergebenden für niedrigere Besuchszahlen bewertet. Es wurden auch neue Kontakte für die Konzeption und Umsetzung neuer Formate gewonnen.

Langfristig erwarteten die Museen einen erhöhten Aufwand, um die Beziehungen wiederaufzubauen und zu stabilisieren. Dies zeigt diese Auswahl der Antworten:



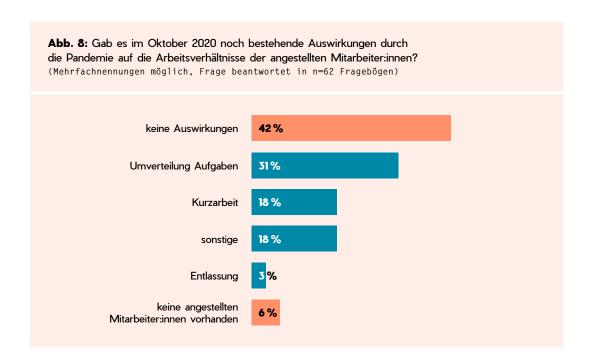
Ergebnisbericht Seite 15 von 24

5. Arbeitsverhältnisse

Die Pandemie hatte Folgen für die Arbeitsverhältnisse. Insbesondere die freien Mitarbeitenden der Museen waren zum Zeitpunkt der Befragung stark betroffen.

a. Angestellte Mitarbeitende

Pandemiebedingte Veränderungen bei den angestellten Mitarbeitenden erfolgten vor allem in Form einer Umverteilung der Aufgaben und der Einführung von Kurzarbeit. Entlassungen spielten nur eine marginale Rolle. 42% der Museen stellten keine Auswirkungen fest.



Unter "Sonstige" wurde unter anderem auf die Mehrarbeit verwiesen. Als Gründe dafür wurden die Umsetzung der Hygieneregeln, die Umplanung des Programms, die Umstellung auf das Homeoffice/Mobiles Arbeiten und die damit verbundene digitale Kommunikation genannt. In zwei Fällen konnten außerdem Stellen nicht wiederbesetzt werden. Ein Museum wies darauf hin, dass Mitarbeitende abgeordnet wurden, um die Gesundheitsämter bei der Kontaktnachverfolgung zu unterstützen.

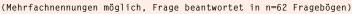
Auch für die erneute Schließzeit ab November 2020 wurden im Wesentlichen Aufgabenumverteilung, Kurzarbeit, Mehraufwand und verstärktes mobiles Arbeiten erwartet. Entlassungen fürchteten die Museen nur vereinzelt.

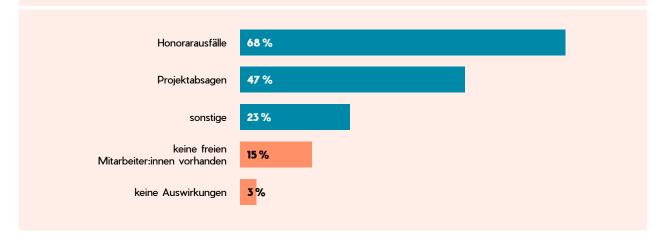
b. Freie Mitarbeitende

Die freien Mitarbeitenden waren besonders stark von den Auswirkungen der Pandemie betroffen – vor allem durch Honorarausfälle und Projektabsagen. Nur 3% der Museen, die über freie Mitarbeitende verfügten, stellten bis Oktober 2020 keine Auswirkungen auf die Arbeitsverhältnisse dieser fest.

Ergebnisbericht Seite 16 von 24

Abb. 9: Gab es im Oktober 2020 noch bestehende Auswirkungen durch die Pandemie auf die Arbeit der freien Mitarbeiter:innen? (z.B. für Führungen, Bildungs- und Vermittlungsangebote etc.)

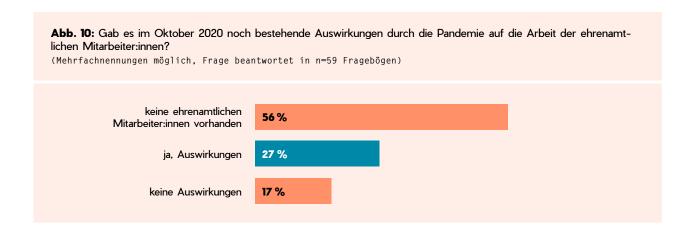




Pandemiebedingt mussten viele geplante Bildungs- und Vermittlungsangebote, insbesondere Führungen und Gruppenangebote ausfallen bzw. wurden nicht geplant, so dass keine Beauftragung freier Mitarbeitender erfolgte. Mehrfach wurde auf die psychische Belastung für die freien Mitarbeitenden hingewiesen. Einige Museen berichteten davon, dass sie Ausfallhonorare zahlten und/oder freie Mitarbeitende mit anderen Aufgaben als üblich beauftragten. Deutlich trieb die Museen die Sorge um, dass die freien Mitarbeitenden sich aufgrund der fehlenden Aufträge umorientieren und den Museen langfristig nicht mehr zur Verfügung stehen könnten.

c. Ehrenamtliche

Im Gegensatz zu vielen anderen Bundesländern ist die Anzahl der Museen in Berlin, die keine ehrenamtlichen Mitarbeitenden haben, mit 53% relativ hoch. Die Museen, die bis Oktober 2020 Veränderungen feststellten, berichteten vor allem, dass die Ehrenamtlichen sehr viel weniger für das Museum tätig sein konnten. Als Gründe wurden ausfallende Angebote sowie die Tatsache, dass viele Ehrenamtliche zur Risikogruppe gehören, genannt. Durch die erneute Schließungszeit fürchteten die Museen eine Verstetigung bzw. Verschärfung der Probleme. Ein Museum wies darauf hin, dass die sozialen Bindungen zwischen Museum und Ehrenamtlichen litten.



Ergebnisbericht Seite 17 von 24

6. Arbeitsweisen

90% der Museen (Frage beantwortet in n=60 Fragebögen) gaben an, dass ihre Arbeitsweisen sich zum Zeitpunkt der Befragung bereits pandemiebedingt verändert hatten. Ebenso viele Museen waren der Ansicht, dass die Veränderungen auch in Zukunft teilweise oder ganz bestehen bleiben werden. Die Museen wiesen auf folgende Veränderungen der Arbeitsweisen hin (Auswahl):

> weniger-Freie weniger-Ehrenamtliche flexibler kontaktloser

digitale-Angebote

mobiles-Arbeiten digitale-Meetings digitale-Arbeitsweisen
Hygienestandards Hygienestandards

mehr-Servicekräfte
erschwerte-Teamarbeit
komplizierter
Kleinstgruppen

69% der Museen (Frage beantwortet in n=49 Fragebögen) waren der Ansicht, dass sich die Arbeitsweisen in Zukunft noch stärker verändern sollten. Grundsätzlich wurde eine Fortsetzung des bereits begonnen Wandels gefordert (siehe oben). Im Vordergrund stand dabei die Digitalität - vor allem die Entwicklung von digitalen Arbeitsweisen und die Schaffung einer digitalen Infrastruktur. Darüber hinaus wurden mehr Agilität und Flexibilität in den Arbeitsweisen gefordert. Diese Auswahl von Antworten gibt einen Einblick, worauf es den Museen ankommt:

"Agileres Projektmanagement über Abteilungen/Arbeitsgrenzen hinweg, flache Entscheidungsstrukturen."

"Digitalisierung der Arbeit und der Kommunikation. Entwicklung eines digitalen Mindsets auf allen Ebenen.

"Größere Sensibilität bei Erkrankungen (...). Mehr Vertrauen in die Mitarbeiter.innen"

"Bessere Nutzung, Sicherheit und Verfügbarkeit von Informationen für alle Kolleg:inner"

Ergebnisbericht Seite 18 von 24

"Es ist mehr Eigeninitiative gefragt und stärkere Kommunikation."

"Bessere digitale Infrastruktur dringend benötigt. Komplikationen im Miteinander bei Verminderung persönlicher Kontakte."

"Flexiblere Arbeitsmodelle"

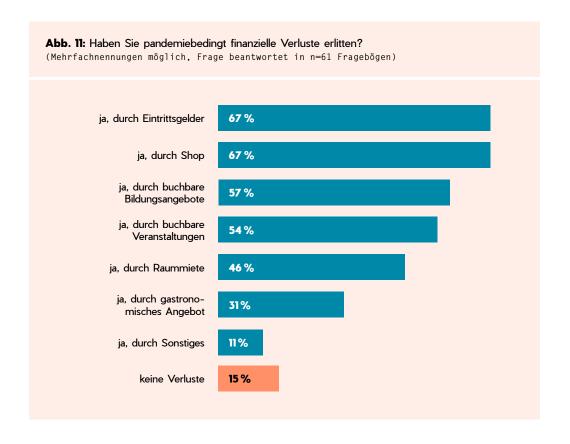
"Ausgewogenes Arbeiten im Homeoffice und Büro, um Teamzusammenhalt zu gewähren"

7. Wirtschaftliche Folgen

Die Pandemie wirkte sich auf die wirtschaftliche Situation der Museen aus. Viele Museen hatten pandemiebedingt Einnahmeverluste und erhöhte Kosten. Es fanden auch Budgetstreichungen bzw. -kürzungen statt.

a. Pandemiebedingte Verluste

85% der Museen gaben in mindestens einem Bereich finanzielle Verluste an. Verwiesen wurde vor allem auf fehlende Eintrittsgelder, fehlende Einnahmen des Museumsshops, durch buchbare Bildungsveranstaltungen und Veranstaltungen sowie durch Raummieten.



Einige Museen wiesen darauf hin, dass die Verluste beim Museumsshop und beim gastronomischen Angebot die Pächter:innen und nicht sie selbst betrafen. 22 Museen gaben die Höhe der Verluste an. Diese betrugen im Durchschnitt 507.591 Euro, breit verteilt über eine sehr große Spanne von 1500 Euro bis 4.000.000 Euro. Nur 4% der Museen (Frage beantwortet in n=61 Fragebögen) erwarteten im Jahr 2021 noch höhere Verluste. 36% gingen von gleichbleibenden Verlusten aus, 33% von geringeren Verlusten. 5% rechneten damit, dass sie im kommenden Jahr keine Verluste mehr machen werden. 22% klickten "weiß nicht" an.

Ergebnisbericht Seite 19 von 24

b. Pandemiebedingt erhöhte Kosten



93% der Museen gaben für mindestens einen Bereich erhöhte Kosten im Jahr 2020 an. Verwiesen wurde vor allem auf die Kosten für Schutz- und Hygienemaßnahmen. Die erhöhten Kosten für zusätzliches Personal für die Bildungs- und Vermittlungsangebote erklären sich vor allem dadurch, dass die Gruppen verkleinert werden mussten. So wurde für die Betreuung derselben Menge an Teilnehmenden zwei- oder dreimal so viel Personal benötigt. Mehr Sicherheitspersonal war vor allem notwendig, um die zulässige Anzahl der Personen in den Museumsräumen zu kontrollieren. Unter "Sonstiges" wurden vor allem Kosten für den Aufbau der digitalen Infrastruktur (Hardware, Software, Beratung für mobiles Arbeiten, Konferenzen und für digitale Angebote) genannt.

19 Museen gaben die Höhe der pandemiebedingten höheren Kosten für das Jahr 2020 an. Im Durchschnitt betrugen diese 68.000 Euro in einer Spanne von 500 bis 400.000 Euro. 63% Museen (Frage beantwortet in n=61 Fragebögen) gingen davon aus, dass die Kosten sich auf dem Niveau zum Zeitpunkt der Befragung halten würden. 20% erwarteten weiter steigende und 11% sinkende Ausgaben. 7% klickten "weiß nicht" an.

c. Budgetkürzungen

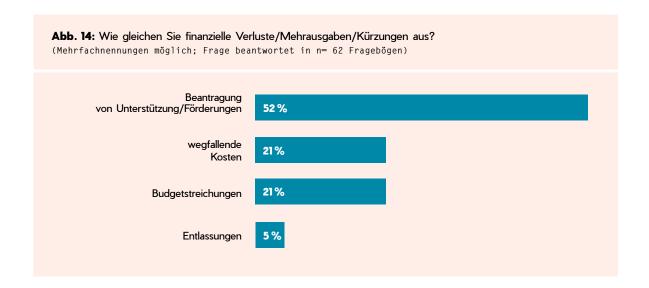
Bei insgesamt 43% der Museen waren zum Zeitpunkt der Befragung bereits Budgetkürzungen erfolgt, wurden erwartet oder für möglich gehalten.

Abb. 13: Erwarten Sie pandemiebedingt Budgetkürzungen durch Ihren Träger?		
	in %	
ja, schon erfolgt	8	
ja, erwartet	10	
vielleicht	25	
nein	57	

Ergebnisbericht Seite 20 von 24

d. Ausgleich der Verluste/Mehrausgaben/Kürzungen

Ausgeglichen wurden die Defizite vor allem durch die Inanspruchnahme von Unterstützung/ Förderprogrammen sowie z.T. durch reduzierte Kosten in anderen Bereichen und Sparmaßnahmen. Entlassungen waren zum Zeitpunkt der Befragung bereits in 5% der Museen erfolgt. In weiteren 6% war noch offen, ob zu diesem Mittel gegriffen werden muss.



Geringere Kosten fielen für das Sicherheitspersonal, Honorarkräfte in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit, Personal in Kurzarbeit, Veranstaltungen, Betriebskosten und Dienstreisen an.

In vielen Museen wurde ein genereller Sparkurs verfolgt. Budgetstreichungen bzw. Kürzungen wurden vor allem im Bereich der Veranstaltungen und Ausstellungen bemerkt. Einige Museen berichteten davon, dass auf Stellenausschreibungen, Investitionen und neue Projekte verzichtet wurde. Auch im Bereich Marketing sowie der Bildungs- und Vermittlungsarbeit gab es Sparmaßnahmen.

Ergebnisbericht Seite 21 von 24

8. Zentrale Herausforderungen und Chancen

Zum Schluss des Fragebogens wurden die Museen gebeten, Angaben zu den zentralen Herausforderungen und Chancen zu machen.

a. Herausforderungen

Zu den größten Herausforderungen zählen die Museen die Neuaufstellung der Bildungs- und Vermittlungsarbeit, die Publikumsgewinnung und -bindung sowie die notwendige Infrastruktur für den digitalen Wandel. Außerdem beschäftigten die Museen verschiedene Fragen zur Finanzierung ihrer Arbeit und ihrer Institutionen. Das Spektrum zeigt die folgende Auswahl an Antworten:

Aufenthaltsqualität
Team-sein
digitale-Infrastruktur
Finanzierung
Bildungsarbeit

Publikumsbeziehungen
Freie-Mitarbeiter:innen
Hygieneregeln
Unsicherheit
digitale-Angebote
Nicht-alles-geht-digital

b. Chancen

Die größten Chancen sahen die Museen in der Digitalisierung - insbesondere in der Schaffung neuer digitaler Angebote, dem Aufbau der digitalen Infrastruktur und der Entwicklung digitaler Strategien. Viele Museen erhofften sich, langfristig ein breiteres Angebot zu schaffen und so auch neue Besuchende gewinnen zu können. Viele Museen nannten zudem die Chance auf interne Strukturveränderungen sowie neue Sicht- und Arbeitsweisen. Diese könnten es ermöglichen, neue Wege in der Museumsarbeit zu gehen. Folgende Auswahl an Antworten veranschaulicht, welche Chancen die Museen in der Pandemie zum Zeitpunkt der Befragung sahen:



⁷ Es wurde jeweils nach aktuellen und langfristigen Herausforderungen und Chancen gefragt. Da sich die Antworten weitgehend deckten, werden hier nur die Angaben zu den aktuellen Herausforderungen bzw. Chancen dargestellt.

Ergebnisbericht Seite 22 von 24

9. Unterstützungsbedarf

Die Museumsträger wie auch die politischen Entscheidungsträger haben großen Einfluss auf die Arbeit und die Situation der Museen. Fachverbände wie der Deutsche Museumsbund e.V. und der Landesverband der Museen zu Berlin e.V. haben es sich zur Aufgabe gemacht, die Museen durch die Pandemie zu begleiten. Doch welche Unterstützung wünschen sich die Museen von ihnen?

a. Träger

Die Museen wünschten sich von ihren Trägern unter anderem Unterstützung bei der Schaffung einer digitalen Infrastruktur, für ihre freien Mitarbeitenden sowie für die Deckung des Personalbedarfs. Sie äußerten den Wunsch nach Vertrauen, auch mit Blick auf Versuche, neue Wege in der Museumsarbeit zu gehen. Auch finanzielle Unterstützung wurde gefordert. Eine Auswahl der Antworten zeigt diese und weitere Aspekte:



b. Politische Entscheidungsträger

Einige Museen wiesen darauf hin, dass bei ihnen Träger und politische Entscheidungsträger identisch sind. Darum gibt es viele Überschneidungen in den Antworten. Viele Museen wünschten sich von den politischen Entscheidungsträger vor allem die öffentliche Anerkennung der Museen als wichtige gesellschaftliche Akteure und Unterstützung bei der Erfüllung ihres Bildungsauftrags. Dabei wiesen sie vor allem auf die Notwendigkeit von Förderprogrammen und die Unterstützung der freien Mitarbeitenden hin. Die folgende Übersicht veranschaulicht das Spektrum:

Ergebnisbericht Seite 23 von 24

Handlungsspielraum
für-Freie
Bedarfe-mitdenken
bei-Bildungsauftrag
Förderprogramme
öffentliche-Anerkennung
für-kleine-Museen
nicht-kürzen
Planungssicherheit
Zugänglichkeit
bei-digitaler-Strategie

c. Interessenverbände (DMB, LMB usw.)

Von den Verbänden wünschten sich die Museen vor allem, ihnen Sichtbarkeit zu verschaffen, ihre Interessen zu vertreten und den Austausch untereinander sowie die gegenseitige Beratung zu fördern. Die Museen äußerten außerdem den Wunsch, dass die Verbände dazu beitragen, dass die Leistung der Museen nicht allein an ihren Besuchszahlen gemessen wird. Für die Erfüllung ihres gesellschaftlichen Auftrags seien vielen andere Faktoren wichtig. Diese und weitere Aspekte werden in dieser Übersicht deutlich:

Interessenvertretung



Ergebnisbericht Seite 24 von 24