

INHALTSVERZEICHNIS

LWL-Kulturdezernentin Dr. Barbara Rüschoff-Thale	Grußwort	5
Uwe Beckmann	Einführung in das Thema	6
ZUM STAND DER BESUCHERFORSCHUNG FÜR MUSEEN		
Holger Höge	Zur Psychologie des Museumsbesuches und was Besucherforschung davon erheben kann	16
Werner Schweibenz	Gibt es typische Museumsbesucher? Eine Einführung in das Personas-Verfahren und die Arbeit mit typischen Publikumsrepräsentanten	30
Stéphanie Wintzerith	Streifzug durch die Welt der Besucherforschung	44
Volker Schönert	Was Besucherinnen und Besucher wirklich wollen. Neue Wege der Annäherung	58
BERICHTE AUS DER PRAXIS		
Simone Mergen und Hans-Joachim Westholt	Hauptwege – Nebenwege. Besucherbeobachtungen als Instrument der Besucherforschung im Haus der Geschichte	72
Oliver Götze	In Eigenregie befragen? Erfahrungen aus einem Projekt am Museum für Kommunikation Berlin	82
Roland Ebbing	Befragung digital. Erfahrungen mit dem Einsatz des elektronischen Kundenbefragungssystems im Neanderthal Museum	92
Axel Biermann	Praxis und Bedeutung von Kundenbefragungen für die strategische Ausrichtung des Tourismusmarketings der Metropole Ruhr	96
Ulrich Paatsch	Kontinuität und Umbruch. Einige Ergebnisse der Besucherbefragungen im LWL-Freilichtmuseum Hagen im Zehn-Jahres-Vergleich	106
Uwe Beckmann	Nicht nur Daten erheben, sondern Ergebnisse umsetzen. Besucherforschung im LWL-Freilichtmuseum Hagen als Mittel zur strategischen Museumsentwicklung	122
Ulrich Paatsch	Besucherforschung im Museumsalltag. Empirische Studie zur Nutzung von Besucherforschung in westfälischen Museen	134
	Autorinnen und Autoren	146