

Dr. Nora Wegner
Kreativpark Karlsruhe
Alter Schlachthof 3
D-76131 Karlsruhe

wegner@kulturevaluation-wegner.de
www.kulturevaluation-wegner.de

Telefon: +49 (0)721 66499741

Dr. Nora Wegner
Teresa Geiger M.A.

Publikumsbefragung
in der Wechselausstellung »KLIMA_X«
+ Nachfassbefragung

Museum für Kommunikation Frankfurt



Ausführlicher Schlussbericht mit Differenzierungen, Vergleichen und
Zusammenfassung

Version: 26.02.2024

Gliederung

Publikumsbefragung vor Ort in der Ausstellung	8
1 Methodisches Vorgehen	8
2 Struktur der Befragten der Publikumsbefragung	9
2.1 Soziodemografische und geografische Herkunft	9
2.2 Museumsaffinität, Klimawissen und fachlicher Bezug	14
3 Museumsbesuch	20
3.1 Erst- und Wiederholungsbesuch im Museum	20
3.2 Aufmerksamkeit auf das Museum	24
3.3 Begleitung, Aufenthaltszeit und Materialmitnahme Machbar	28
3.4 Besuchsmotive	31
4 Bewertung der Ausstellung	35
4.1 Gesamturteil	35
4.2 Beurteilung einzelner Aspekte	38
4.3 Ausstellungsspezifische Urteile	41
4.4 Offene Anmerkungen	48
Nachfassbefragung nach dem Ausstellungsbesuch	54
5 Methodisches Vorgehen Nachfassbefragung	54
6 Struktur der Befragten der Nachfassbefragung	55
6.1 Soziodemografische und geografische Herkunft (Nachfassbefragung)	55
6.2 Klimabewusstsein und fachlicher Bezug (Nachfassbefragung)	58


7	Museumsbesuch (Nachfassbefragung)	60
7.1	Begleitung (Nachfassbefragung)	60
7.2	Hauptbesuchsgrund (Nachfassbefragung)	61
7.3	Erste Ausstellungserinnerung (Nachfassbefragung)	62
8	Bewertung der Ausstellung (Nachfassbefragung)	64
8.1	Bewertung Ausstellungs- und Vermittlungsangebote (Nachfassbefragung)	64
8.2	Weiterempfehlung (Nachfassbefragung)	67
9	Verhaltensänderungen und Sensibilisierung (Nachfassbefragung)	69
9.1	Anregungen zum Nachdenken durch einzelne Bereiche (Nachfassbefragung)	69
9.2	Handlungsimpulse und Veränderungen im Alltag (Nachfassbefragung)	71
9.3	Thematische Auseinandersetzung und Wege der Auseinandersetzung (Nachfassbefragung)	74
9.4	Klimadialog und Glaube an Veränderung (Nachfassbefragung)	77
10	Offene Anmerkungen (Nachfassbefragung)	78
11	Zusammenfassung Publikumsbefragung vor Ort in der Ausstellung KLIMA_X (inkl. Fokus auf „Klima-Expert:innen vs. Klima-Lai:innen“)	80
12	Zusammenfassung Nachfassbefragung	90
13	Ausblick auf weitere Untersuchungsmöglichkeiten	94

Anhang:


Fragebogen Publikumsbefragung (DE, ENG)

Fragebogen Nachfassbefragung (DE, ENG)

Vorliegend handelt es sich um den ausführlichen **Schlussbericht** mit allen Hauptergebnissen aus der Publikumsbefragung und der Nachfassbefragung.

Im Bericht enthalten sind Vergleiche der Publikumsbefragung in der Ausstellung mit der Nachfassbefragung zu „KLIMA_X“ – markiert mit: 

Im vorliegenden Schlussbericht wurden gegenüber dem Vorabbericht ergänzt:

- Korrelationen/Differenzierungen zwischen verschiedenen Fragen für die vor Ort-Befragung – markiert mit: 
- ausführliche Zusammenfassungen mit Fokus auf „Klima-Expert:innen“ vs. „Klima-Lai:innen“

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Alter der Befragten	9
Abb. 2: Geschlechtszugehörigkeit der Befragten	10
Abb. 3: Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?	10
Abb. 4: Höchster (angestrebter) Bildungsabschluss nach Altersgruppen differenziert (signifikanter Zusammenhang)	11
Abb. 5: Wohnort der Befragten	12
Abb. 6: Wie oft im Jahr besuchen Sie etwa Museen?	14
Abb. 7: Wie hoch schätzen Sie Ihr Wissen über den Klimawandel/ die Klimakrise ein?	15
Abb. 8: Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise nach Geschlechtszugehörigkeit differenziert (signifikanter Zusammenhang)	15
Abb. 9: Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise nach höchstem (angestrebtem) Bildungsabschluss differenziert (signifikanter Zusammenhang)	16
Abb. 10: Haben Sie einen fachlichen Bezug (beruflich/privat) zum Thema Umwelt/Klimawandel/Klimakrise?	17
Abb. 11: Fachlicher Bezug (privat/beruflich) nach höchstem (angestrebtem) Bildungsabschluss differenziert (signifikanter Zusammenhang)	19
Abb. 12: Fachlicher Bezug (privat/beruflich) nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)	19
Abb. 13: Sind Sie heute zum ersten Mal im Museum für Kommunikation Frankfurt?	20
Abb. 14: Erst- und Wiederholungsbesuch nach Altersgruppen differenziert (signifikanter Zusammenhang)	21
Abb. 15: Erst- und Wiederholungsbesuch nach Wohnort differenziert (signifikanter Zusammenhang)	22
Abb. 16: Erst- und Wiederholungsbesuch nach allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit differenziert (signifikanter Zusammenhang)	23
Abb. 17: Wie sind Sie auf die Ausstellung »KLIMA_X« aufmerksam geworden?	24
Abb. 18: Wege der Aufmerksamkeit nach Altersgruppen differenziert (*=signifikanter Zusammenhang)	26
Abb. 19: Sind Sie heute in Begleitung gekommen?	28
Abb. 20: Wie lange haben Sie sich in der Ausstellung »KLIMA_X« aufgehalten?	29
Abb. 21: Haben Sie Material aus der Machbar mitgenommen?	30
Abb. 22: Was waren die Hauptmotive für Ihren heutigen Besuch?	31
Abb. 23: Ausgewählte Motive des heutigen Besuchs nach Altersgruppen differenziert (signifikanter Zusammenhang)	32
Abb. 24: Besuchsmotiv Interesse an Umwelt-/Klimathemen nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)	33
Abb. 25: Besuchsmotiv Interesse an Umwelt-/Klimathemen nach Erst- und Wiederholungsbesuch differenziert (signifikanter Zusammenhang)	33
Abb. 26: Wie hat Ihnen die Ausstellung »KLIMA_X« insgesamt gefallen?	35
Abb. 27: Gesamturteil nach Altersgruppen differenziert (signifikanter Zusammenhang)	36
Abb. 28: Gesamturteil nach Aufenthaltsdauer differenziert (signifikanter Zusammenhang)	37

Abb. 29: Mittelwerte Beurteilung einzelner Aspekte (Mittelwertvergleich, 1=sehr gut bis 6=ungenügend, sortiert nach Antwort "sehr gut")	38
Abb. 30: Wie beurteilen Sie...?	39
Abb. 31: Beurteilung der Länge der Beschriftungen nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)	40
Abb. 32: Beurteilung der Verständlichkeit der Informationstexte nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)	40
Abb. 33: Haben Sie in der Ausstellung etwas Neues erfahren?	41
Abb. 34: Etwas Neues erfahren nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)	41
Abb. 35: Neues erfahren in der Ausstellung nach fachlichem Bezug (privat/beruflich) differenziert (signifikanter Zusammenhang)	42
Abb. 36: Neues erfahren in der Ausstellung nach Gesamturteil differenziert (signifikanter Zusammenhang)	42
Abb. 37: Knüpft das Thema der Ausstellung »KLIMA_X« an Ihren Alltag an?	43
Abb. 38: Anknüpfung der Ausstellung an den Alltag nach Altersgruppen differenziert (signifikanter Zusammenhang)	43
Abb. 39: Anknüpfung der Ausstellung an den Alltag nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)	44
Abb. 40: Anknüpfung der Ausstellung an den Alltag nach etwas Neues erfahren differenziert (signifikanter Zusammenhang)	44
Abb. 41: Regt die Ausstellung »KLIMA_X« Sie zum Handeln an?	45
Abb. 42: Regt die Ausstellung »KLIMA_X« Sie zum Handeln an? nach Mitnahme aus der Machbar differenziert (signifikanter Zusammenhang)	45
Abb. 43: Nehmen Sie konkrete Ideen mit, was Sie gegen den Klimawandel/die Klimakrise tun können?	46
Abb. 44: Nehmen Sie konkrete Ideen mit, was Sie gegen den Klimawandel/die Klimakrise tun können? nach Altersgruppen differenziert (signifikanter Zusammenhang)	46
Abb. 45: Nehmen Sie konkrete Ideen mit, was Sie gegen den Klimawandel/die Klimakrise tun können? nach Mitnahme aus der Machbar differenziert (signifikanter Zusammenhang)	47
Abb. 46: Alter der Befragten der Nachfassbefragung	55
Abb. 47: Geschlechtszugehörigkeit der Befragten	56
Abb. 48: Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?	56
Abb. 49: Wohnort der Befragten	57
Abb. 50: Was würden Ihre Angehörigen und Freunde über Sie sagen: Wie klimabewusst sind Sie?	58
Abb. 51: Haben Sie einen fachlichen Bezug (beruflich/privat) zum Thema Umwelt/Klimawandel/Klimakrise?	58
Abb. 52: Haben Sie die Ausstellung "KLIMA_X" in Begleitung besucht?	60
Abb. 53: Waren Sie hauptsächlich wegen "KLIMA_X" oder der Dauerausstellung "Mediengeschichten neu erzählt!" gekommen?	61
Abb. 54: Wie wichtig waren Ihnen folgende Aspekte in der "KLIMA_X" Ausstellung? (sortiert nach Antwort „sehr wichtig“)	64
Abb. 55: Mittelwerte Beurteilung Ausstellungs- und Vermittlungsangebote	66
Abb. 56: Haben Sie die "KLIMA_X" Ausstellung weiterempfohlen?	67

Abb. 57: Welcher Bereich in der "KLIMA_X" Ausstellung hat Sie besonders zum Nachdenken gebracht?	69
Abb. 58: Hat der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" Sie zum Handeln angeregt? (Frage beantwortet von n=111, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)	71
Abb. 59: Hat der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" konkrete Änderungen in Ihrem Alltag bewirkt?	72
Abb. 60: Hat der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" Sie dazu angeregt, sich mehr mit dem Thema zu beschäftigen?	74
Abb. 61: Folgendes habe ich gewählt, um mich näher mit dem Thema Klima/Umwelt zu beschäftigen:	75
Abb. 62: Haben Sie nach dem Besuch der "KLIMA_X" Ausstellung häufiger mit anderen Menschen über den Klimawandel gesprochen? (Frage beantwortet von n=121, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)	77
Abb. 63: Glauben Sie stärker als vor Ihrem Besuch der "KLIMA_X" Ausstellung, dass Veränderung im Bereich Klima/Umwelt möglich ist? (Frage beantwortet von n=112, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)	77

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Was hat Ihnen an der Ausstellung »KLIMA_X« besonders gut gefallen?	49
Tab. 2: Was hat Ihnen an der Ausstellung »KLIMA_X« weniger gut gefallen?	51
Tab. 3: Welche zentrale Botschaft nehmen Sie aus der Ausstellung „KLIMA_X“ mit?	53
Tab. 4: Welche Ausstellungsstücke/ -bereiche kommen Ihnen als Erstes in den Sinn, wenn Sie an Ihren Besuch der "KLIMA_X" Ausstellung denken?	62
Tab. 5: Gibt es noch etwas, was Sie uns mitteilen möchten?	78

Publikumsbefragung vor Ort in der Ausstellung

1 Methodisches Vorgehen

Zielsetzung der Publikumsbefragung:

- aussagekräftige empirische Ergebnisse über Publikumsstrukturen, Besuchsmodalitäten wie Besuchsbegleitung und Motive, Wahrnehmung und Bewertung der Vermittlungsformen in der Ausstellung sowie Urteile des Publikums zur Ausstellung „KLIMA_X“

Erhebungsmethode der Publikumsbefragung:

- **Online-Fragebogen** zum Selbstausfüllen mit dem eigenen Smartphone oder gestellten Tablets am Ende des Besuchs
- Fragebogen in Deutsch und **Englisch** (6%, 65 Fragebögen)



Auswahl der Befragten:

- Ansprache durch geschultes Personal des Museums (Kommunikator:innen)
- **nicht befragt**: große Gruppen, Besuchende unter 16 Jahren (da keine vergleichbare Besuchssituation und häufig keine eigenständige Besuchsentscheidungen unter 16 Jahren sowie andere Methode erforderlich)
- **Zufallsstichprobe**, d.h. Ansprache von definierten Besuchenden im Befragungszeitraum während der Anwesenheit der Kommunikator:innen in der Machbar

Zeitraum der Publikumsbefragung:

- Auswertungszeitraum: 13.12.2022 – 27.08.2023

Anzahl der Befragten der Publikumsbefragung:

- 1.175 Befragte¹

Rücklaufquote:

- **Rücklaufquote im Auswertungszeitraum** bezogen auf **Besuchszahlen**: 3%;
gesamt 43.461 Ausstellungsbesuche;
inkl. Kinder, Schulen, Gruppen, da diese nicht separat erfasst wurden, d.h. **tatsächlicher Rücklauf bezogen auf die potenziellen Befragten höher**
- **Enthält zwei Großveranstaltungen**:
 - 13.05.2023 Nacht der Museen (4.698 Besuchende)
 - 25.-27.08.2023 Museumsuferfest (5.092 Besuchende)
- **Verweigerungsgründe**: kein Interesse, keine Lust, keine Zeit

¹ Ungültig waren Fragebögen, die entweder weniger als 50% ausgefüllt waren oder in weniger als 50 Sekunden bearbeitet wurden (insgesamt 50 Fragebögen), sowie solche, die von Personen unter 16 Jahren ausgefüllt wurden (insgesamt 18 Fragebögen).

2 Struktur der Befragten der Publikumsbefragung

2.1 Soziodemografische und geografische Herkunft

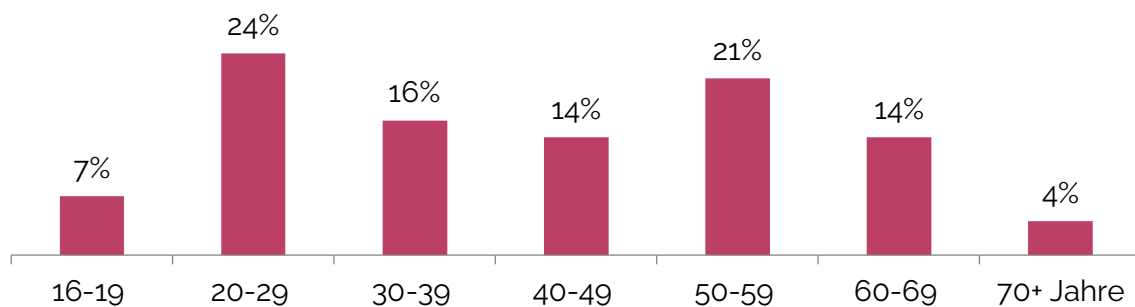


Fragen:

- Ihr Alter?
- Ihre Geschlechtszugehörigkeit?
- Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?
- Ihr Wohnort?

Abb. 1: Alter der Befragten

(Frage beantwortet von n=1.068², in Altersgruppen zusammengefasst)



✓ Altersdurchschnitt lag bei 43 Jahren



Befragt wurde ab 16 Jahren, daher ist der tatsächliche Altersschnitt der Besuchenden niedriger

² n= bezeichnet die Anzahl der jeweils antwortenden Befragten. Da nicht alle Fragen von allen ausgefüllt wurden, ist dies unterschiedlich groß.

Abb. 2: Geschlechtszugehörigkeit der Befragten
(Frage beantwortet von n=1.108)

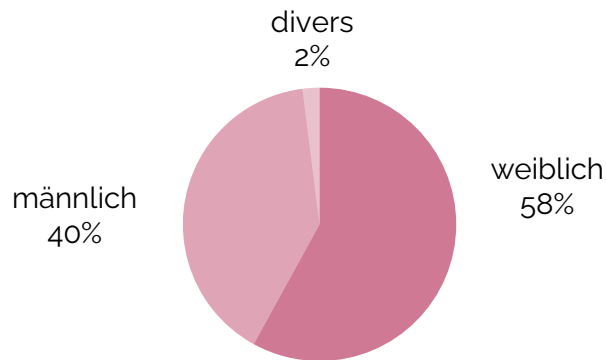
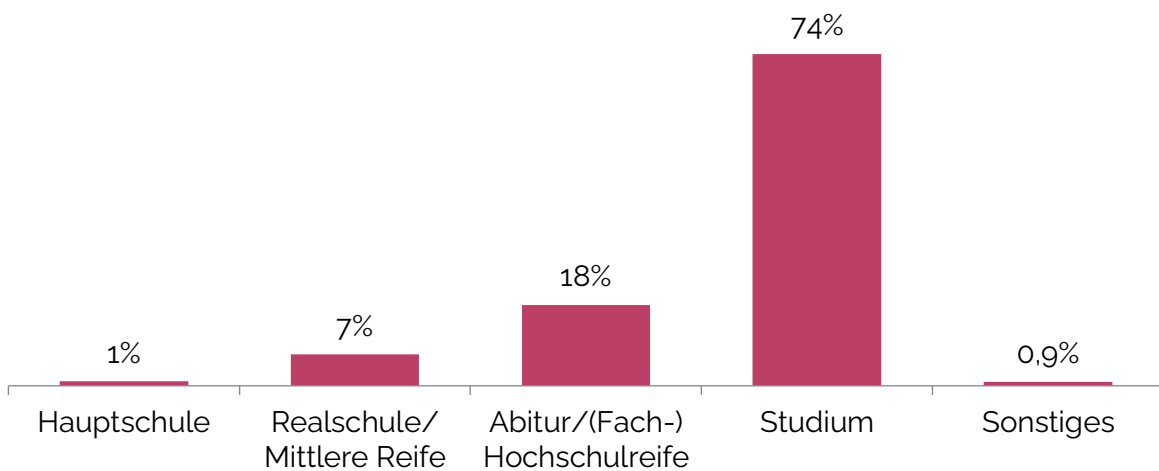


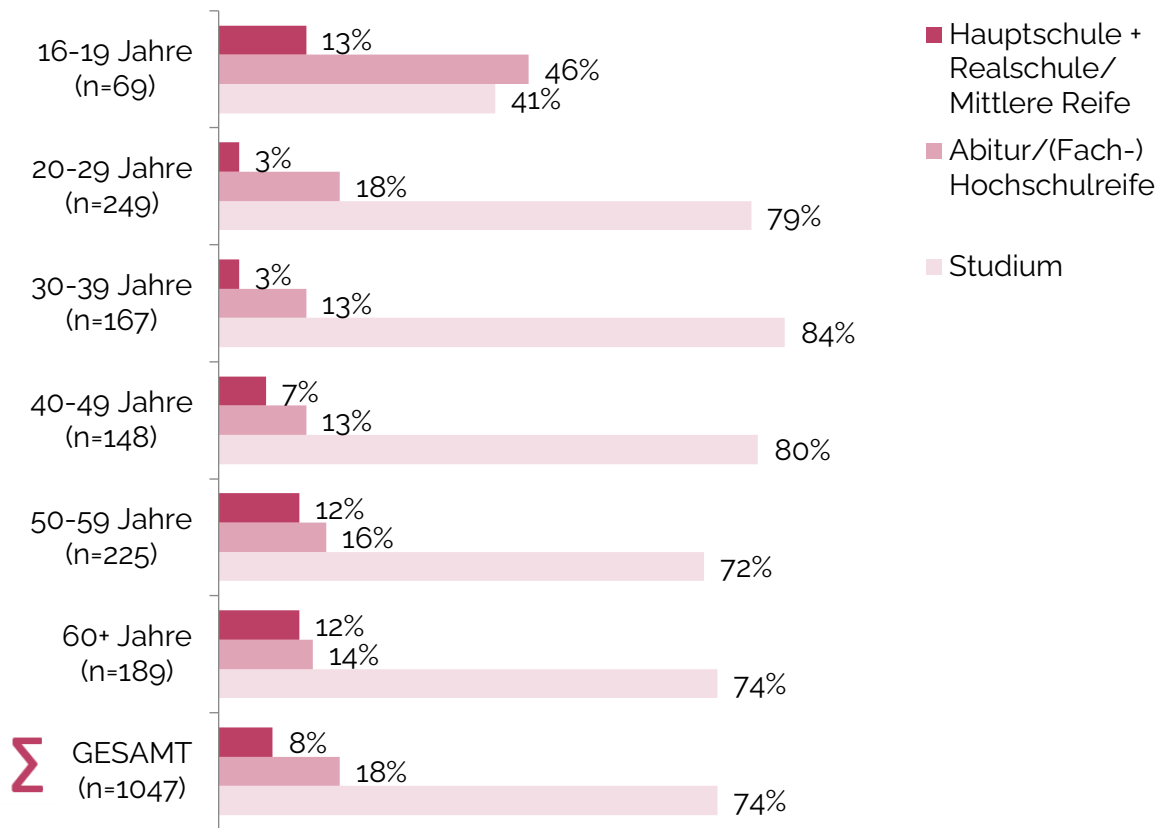
Abb. 3: Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?
(Frage beantwortet von n=1.105)



Sonstige Abschlüsse	Anzahl Nennungen
Fachwirt	1
Montessori	1



Abb. 4: Höchster (angestrebter) Bildungsabschluss nach Altersgruppen differenziert
(signifikanter Zusammenhang³)



→ Insgesamt hatten 74% der Befragten **Studium** als höchsten (angestrebten) Bildungsabschluss angegeben. Das waren etwas häufiger jüngere und mittlere Altersgruppen zwischen 20-49 Jahren, wobei dieser Anteil mit dem Alter leicht abnimmt. Gleichzeitig steigt der Anteil der Personen mit **Hauptschulabschluss/Mittlere Reife** mit dem Alter an. In allen Altersgruppen ab 20 Jahre sind aber Studienabschlüsse dominant.

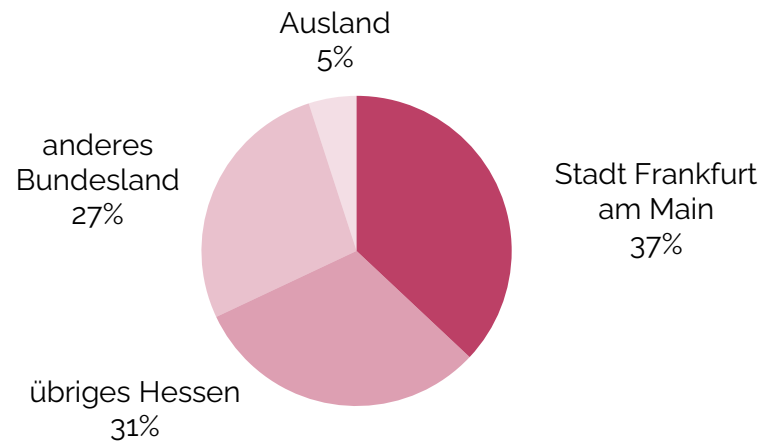
Die Altersgruppe der 16-19-Jährigen zeigt im Gegensatz zu anderen Altersgruppen eine ausgewogenere Verteilung der Bildungsabschlüsse, was auf das jüngere Alter (gefragt nach angestrebtem Abschluss) und die kleinere Stichprobengröße zurückzuführen ist.



Antwortoption „sonstiger Bildungsabschluss“ wurde rausgerechnet

³ Für die Ermittlung signifikanter Differenzierungen und Korrelationen zwischen mehreren Variablen, wurden Kreuztabellen berechnet und Signifikanztests durchgeführt. Der Chi-Quadrat-Test nach Pearson ermittelt die Wahrscheinlichkeit, dass sich ergebende Differenzen ein nicht-zufälliges (=signifikantes) Ergebnis beinhalten.

Abb. 5: Wohnort der Befragten
(Frage beantwortet von n=1.106)



Fragebogen in deutscher und englischer Sprache vorhanden.

Nach erneuter Prüfung und Auswertung des Datensatzes mussten nachträgliche Korrekturen vorgenommen werden, wodurch sich Änderungen im Ergebnis zum Wohnort ergaben und ein Vergleich mit dem Zwischenbericht nicht mehr möglich ist.

Auswertung „übriges Hessen, PLZ“ siehe separat zugesandte Excelliste.

Anderes Bundesland, nämlich	Anzahl Nennungen
Baden-Württemberg	70
Rheinland-Pfalz	66
Bayern	52
Nordrhein-Westfalen	51
Berlin	16
Niedersachsen	10
Hamburg	6
Schleswig-Holstein	6
Sachsen	5
Brandenburg	4
Thüringen	4
Sachsen-Anhalt	2
Bremen	1
Mecklenburg-Vorpommern	1

Ausland, nämlich	Anzahl Nennungen
Schweiz	8
USA	5
Österreich	5
Frankreich	4
Niederlande	4
Dänemark	2
Georgien	2
Vereinigtes Königreich	2
Belgien	1
Brasilien	1
China	1
Tschechien	1
Italien	1
Kroatien	1
Mexiko	1
Norwegen	1
Polen	1
Spanien	1
Südkorea	1
Syrien	1
Vereinigte Arabische Emirate	1

2.2 Museumsaffinität, Klimawissen und fachlicher Bezug



Frage:

- Wie oft im Jahr besuchen Sie etwa Museen?
- Wie hoch schätzen Sie Ihr Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise ein?
- Haben Sie einen fachlichen Bezug (beruflich/privat) zum Thema Umwelt/Klimawandel/Klimakrise?

Abb. 6: Wie oft im Jahr besuchen Sie etwa Museen?

(Frage beantwortet von n=1.097)

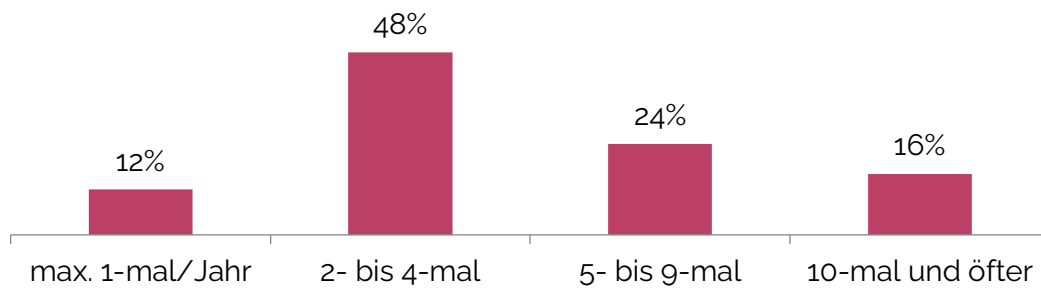
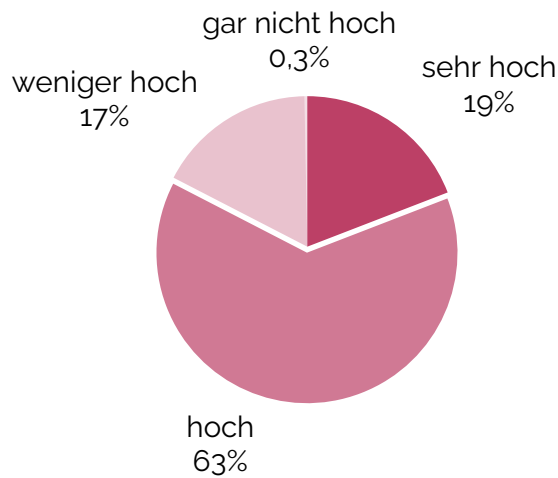


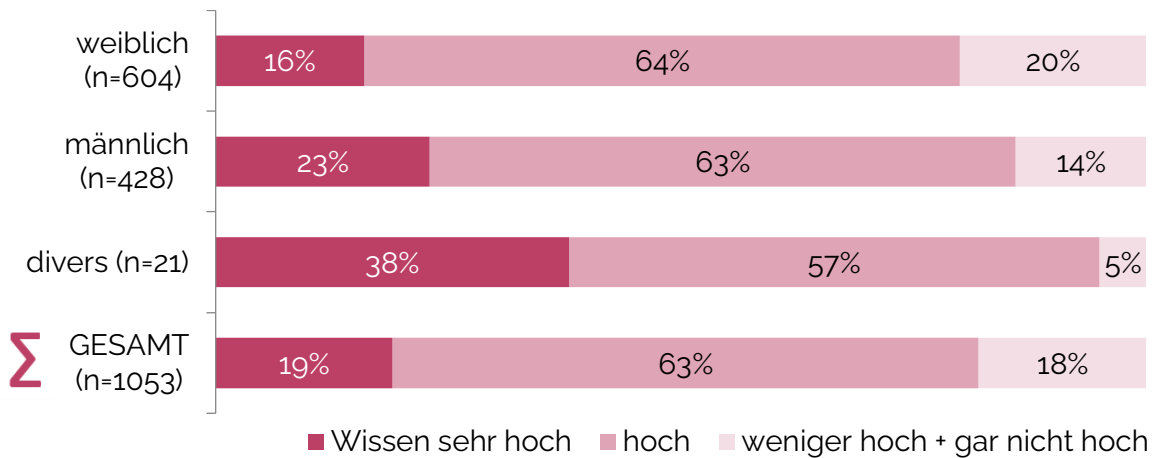
Abb. 7: Wie hoch schätzen Sie Ihr Wissen über den Klimawandel/ die Klimakrise ein?
(Frage beantwortet von n=1.074)



! Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ wurde rausgerechnet



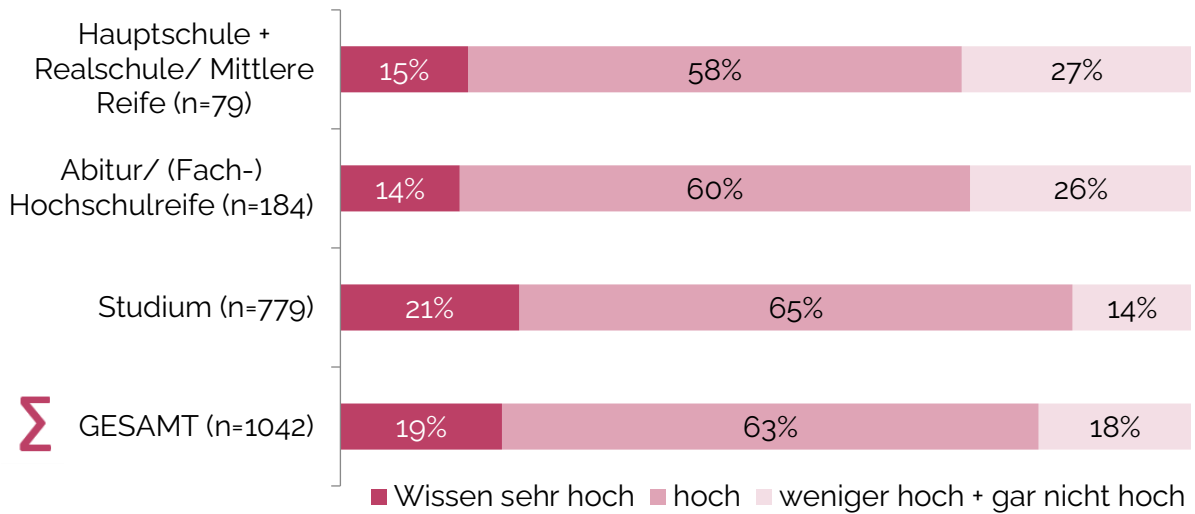
Abb. 8: Wissen über den Klimawandel/ die Klimakrise nach Geschlechtszugehörigkeit differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Die Mehrheit der Befragten, unabhängig vom Geschlecht, gab an, ein **hohes Wissen über den Klimawandel/ die Klimakrise** zu haben. Männer gaben im Vergleich zu Frauen einen leicht höheren Anteil an **sehr hohem Wissen** über dieses Thema an (23% gegenüber 16% bei Frauen). Frauen haben einen höheren Anteil an **weniger hohem oder gar keinem Wissen** genannt (20% gegenüber 14% bei Männern). Auf die Nennung divers entfiel nur eine kleine absolute Zahl.

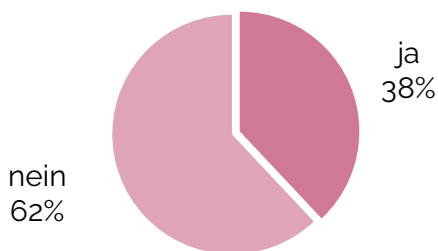


Abb. 9: Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise nach höchstem (angestrebtem) Bildungsabschluss differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Befragte mit einem Studium gaben anteilig häufiger an, über **sehr hohes Wissen** zum Thema Klimawandel zu verfügen. Hingegen gibt es keinen erheblichen Unterschied zwischen Befragten mit Hauptschulabschluss/Mittlerer Reife und denen mit Abitur/(Fach-)Hochschulreife hinsichtlich ihres selbst eingeschätzten Wissensniveaus. Mit steigendem Bildungsabschluss gab eine geringere Anzahl von Befragten an, **weniger hohes oder gar kein Wissen** über den Klimawandel/die Klimakrise zu haben. Zu beachten sind die deutlich kleineren absoluten Zahlen bei Befragten ohne Studium, da insgesamt eine große Publikumsmehrheit über einen Studienabschluss verfügt.

Abb. 10: Haben Sie einen fachlichen Bezug (beruflich/privat) zum Thema Umwelt/Klimawandel/Klimakrise?
 (Frage beantwortet von n=1.067)



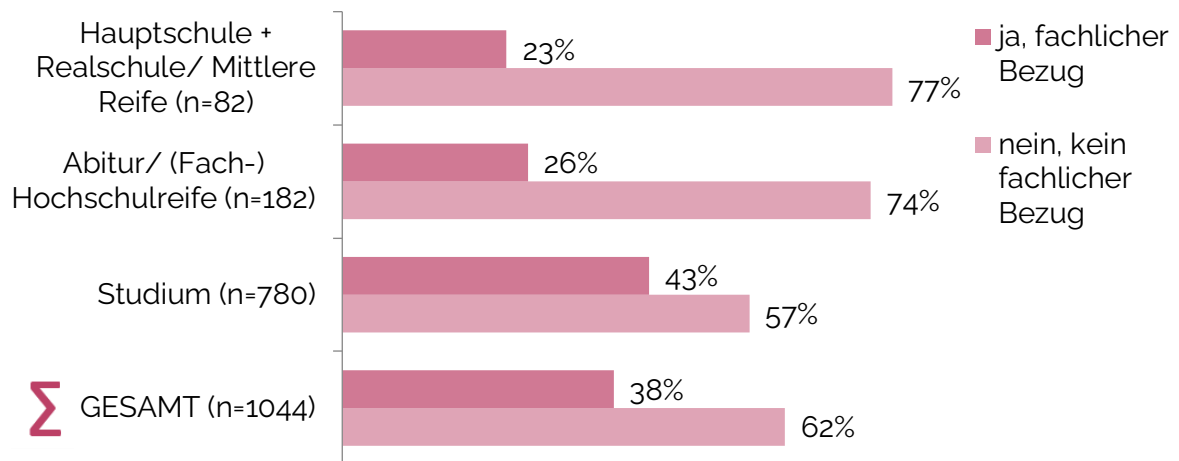
Ja, nämlich	Anzahl Nennungen
Studium / Forschung / Ausbildung	63
Pädagogik / soziale Arbeit / Lehrer:in	44
NGO / e.V. / Ehrenamt / Aktivist:in	33
Allgemein beruflich	23
Stadt-/ Umweltplanung / Infrastruktur / Transportwesen	22
Privates Interesse	18
Umweltbildung / -psychologie / -amt	18
Politik / -wissenschaften	14
Bauwesen / Architektur	13
MINT (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft, Technik)	13
Klima- / Naturschutz	11
Kommunikationsbereich	10
Psychologie / Psychotherapie	9
Nachhaltigkeit in Unternehmen	7
Consulting	6
Lifestyle: Ernährung / Zero Waste	6
Journalismus	6
Musealer Kontext	5
Finanzen / Bankwesen	4
Landschaft / Garten / Agrarwesen	4
Theologie	4
Gesundheitswesen	3

Heilpraktiker:in	2
Energiedienstleistungen	2
Forstwirtschaft	2
Immobilien	2
Artenschutz	1
Bioladen	1
Cateringfirma	1
Energetische Automation	1
Fahrradfachhandel	1
Freiwillige Feuerwehr	1
Freiwilliges ökologisches Jahr	1
Freiwilliges soziales Jahr	1
Gastronomie	1
Geografie	1
Handwerker:in	1
Herstellung von Wasserkraftturbinen	1
Hydrogeolog:in	1
Kulturwissenschaften	1
Künstler:in	1
Luftfahrt	1
medizinischer Bezug	1
Meteorolog:in	1
Raketenwissenschaft	1
Repair Café	1
Sport	1
Startup (Cleantech)	1
Versicherung	1
Versorgungstechnik	1
Weinbau	1

→ alle wortwörtlichen Einzelnennungen siehe separat zugesandte Exceltabelle



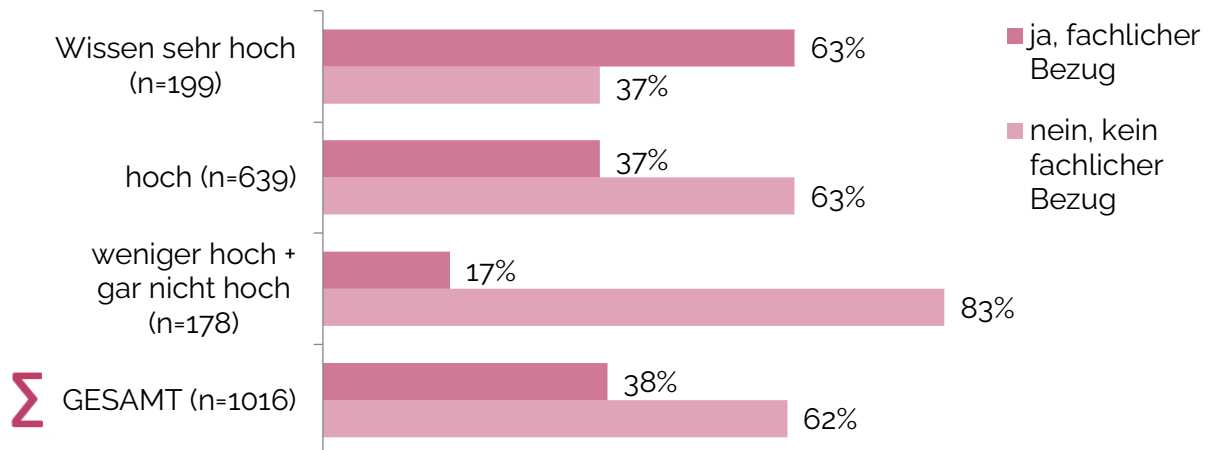
Abb. 11: Fachlicher Bezug (privat/beruflich) nach höchstem (angestrebtem) Bildungsabschluss differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Der Anteil der Befragten mit **fachlichem Bezug (privat/beruflich)** steigt mit der formalen Höhe des Bildungsabschlusses an. Unter den Personen mit Studienabschluss sind 43% mit fachlichem Bezug, unter der (deutlich kleineren) Gruppe mit Haupt-/Realschulabschluss nur 23%.



Abb. 12: Fachlicher Bezug (privat/beruflich) nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Je höher das selbst eingeschätzte Wissensniveau über den Klimawandel/die Klimakrise, desto eher besteht ein **fachlicher Bezug** zum Thema (63% derjenigen mit sehr hohem Wissen). Bei der größten Gruppe mit als hoch angegebenen Wissen hat hingegen die Mehrheit (63%) der Befragten **keinen fachlichen Bezug** zum Thema. Erwartungsgemäß haben Befragte mit den Angaben weniger hohes und gar kein Wissen deutlich häufiger **keinen fachlichen Bezug** (83%).

3 Museumsbesuch

3.1 Erst- und Wiederholungsbesuch im Museum



Frage:

- Sind Sie heute zum ersten Mal im Museum für Kommunikation Frankfurt?

Abb. 13: Sind Sie heute zum ersten Mal im Museum für Kommunikation Frankfurt?

(Frage beantwortet von n=1.162)

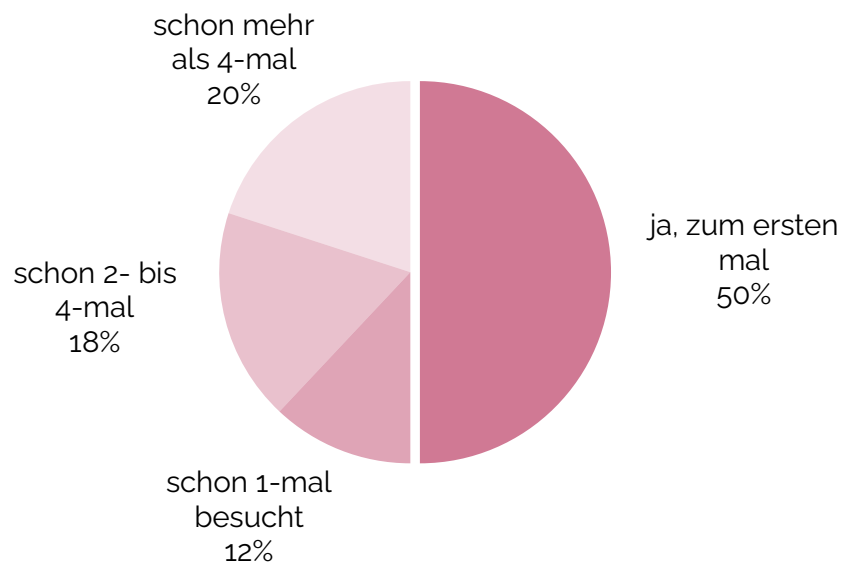
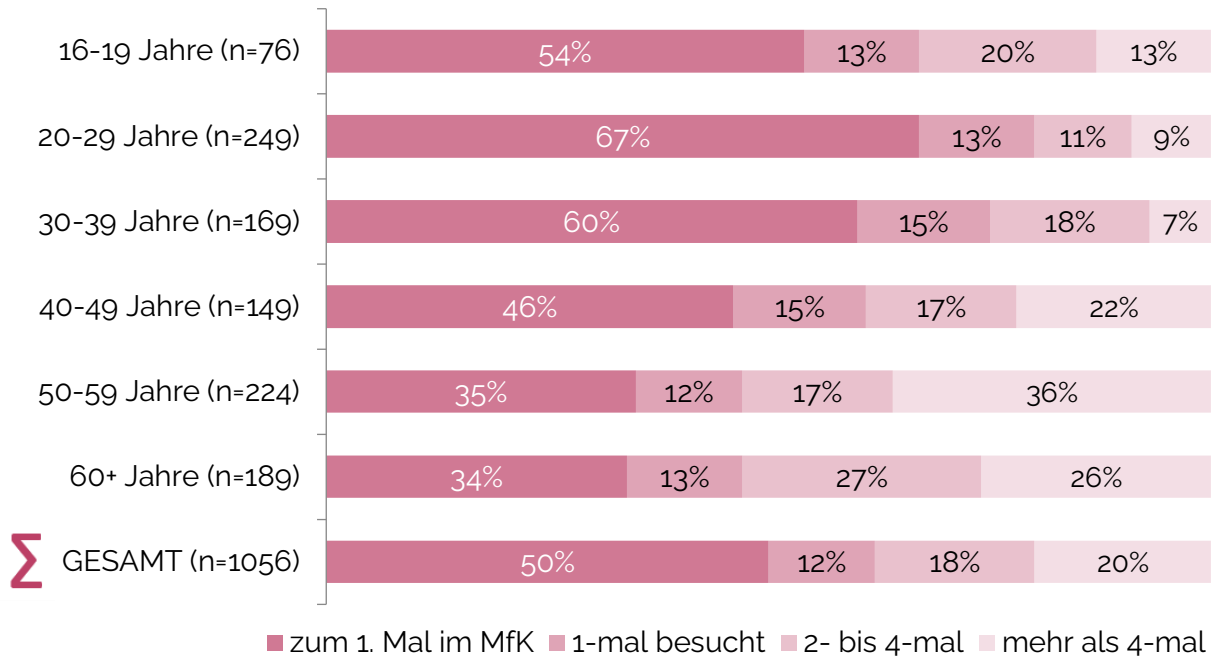




Abb. 14: Erst- und Wiederholungsbesuch nach Altersgruppen differenziert
(signifikanter Zusammenhang)



- Insgesamt waren 50% der Befragten **Erstbesucher:innen** im Museum für Kommunikation Frankfurt. Das waren deutlich häufiger jüngere Besucher:innen bis 39 Jahre. **Mehr als vier Besuche** gaben insbesondere ältere Befragte ab 50 Jahren (36% dieser Altersgruppe) und Personen über 60 Jahren (26%) an.

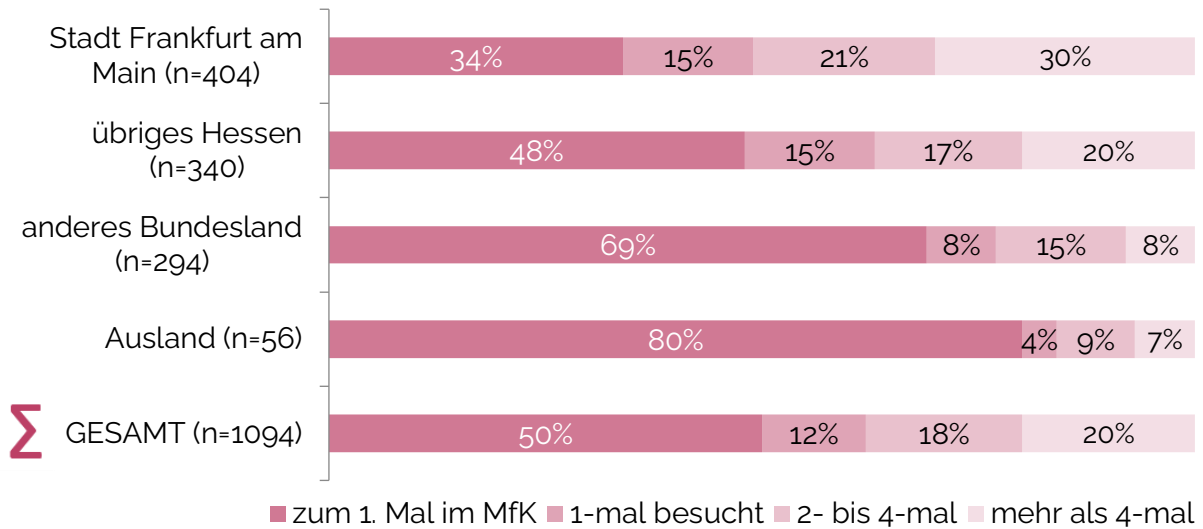


Erst- und Wiederholungsbesuch nach Geschlechtszugehörigkeit differenziert:

- Unterschieden nach Geschlechtszugehörigkeit ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zum Erst- und Wiederholungsbesuch im Museum für Kommunikation Frankfurt.



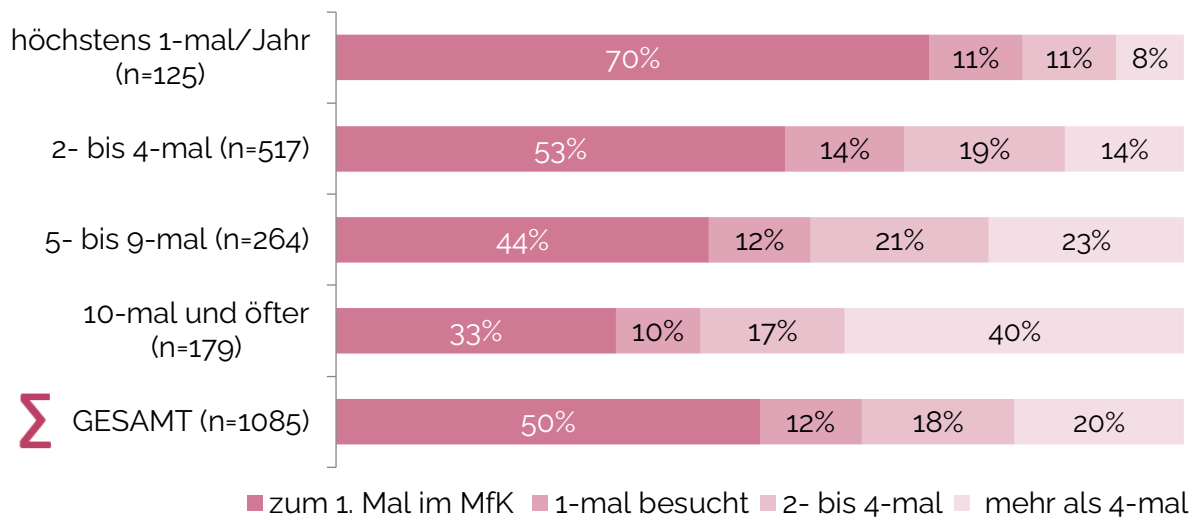
Abb. 15: Erst- und Wiederholungsbesuch nach Wohnort differenziert
(signifikanter Zusammenhang)



→ Mit zunehmender Entfernung nahm erwartungsgemäß der Anteil von **Erstbesucher:innen** zu. Somit waren Besucher:innen aus Frankfurt und dem übrigen Hessen eher Wiederholungsbesucher:innen. Noch 34% der Frankfurter Besucher:innen waren **Erstbesucher:innen**.



Abb. 16: Erst- und Wiederholungsbesuch nach allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit differenziert
(signifikanter Zusammenhang)



- Allgemein seltene Museumsgänger:innen (max. ein jährlicher Museumsbesuch) waren auch eher **Erstbesucher:innen** im Museum für Kommunikation Frankfurt (70%). Entsprechend hatten 30% der allgemein seltenen Museumsgänger:innen das Museum für Kommunikation bereits vorher besucht. Die allgemein intensiven Museumsbesucher:innen sind dagegen erwartungsgemäß häufiger **Wiederholungsbesucher:innen** (nur noch 33% derjenigen mit generell mind. 10 jährlichen Museumsbesuchen waren Erstbesucher:innen im MfK).



Erst- und Wiederholungsbesuch nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert:

- Unterschieden nach selbst eingeschätztem Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zum Erst- und Wiederholungsbesuch im Museum.

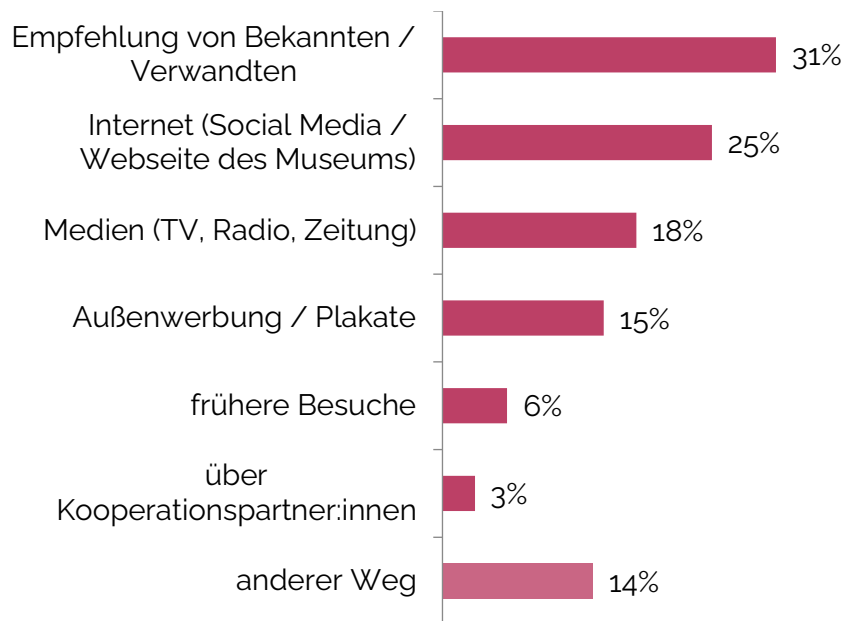
3.2 Aufmerksamkeit auf das Museum



Frage:

- Wie sind Sie auf die Ausstellung »KLIMA_X« aufmerksam geworden?

Abb. 17: Wie sind Sie auf die Ausstellung »KLIMA_X« aufmerksam geworden?
(Mehrfachnennung möglich, n=1.148)



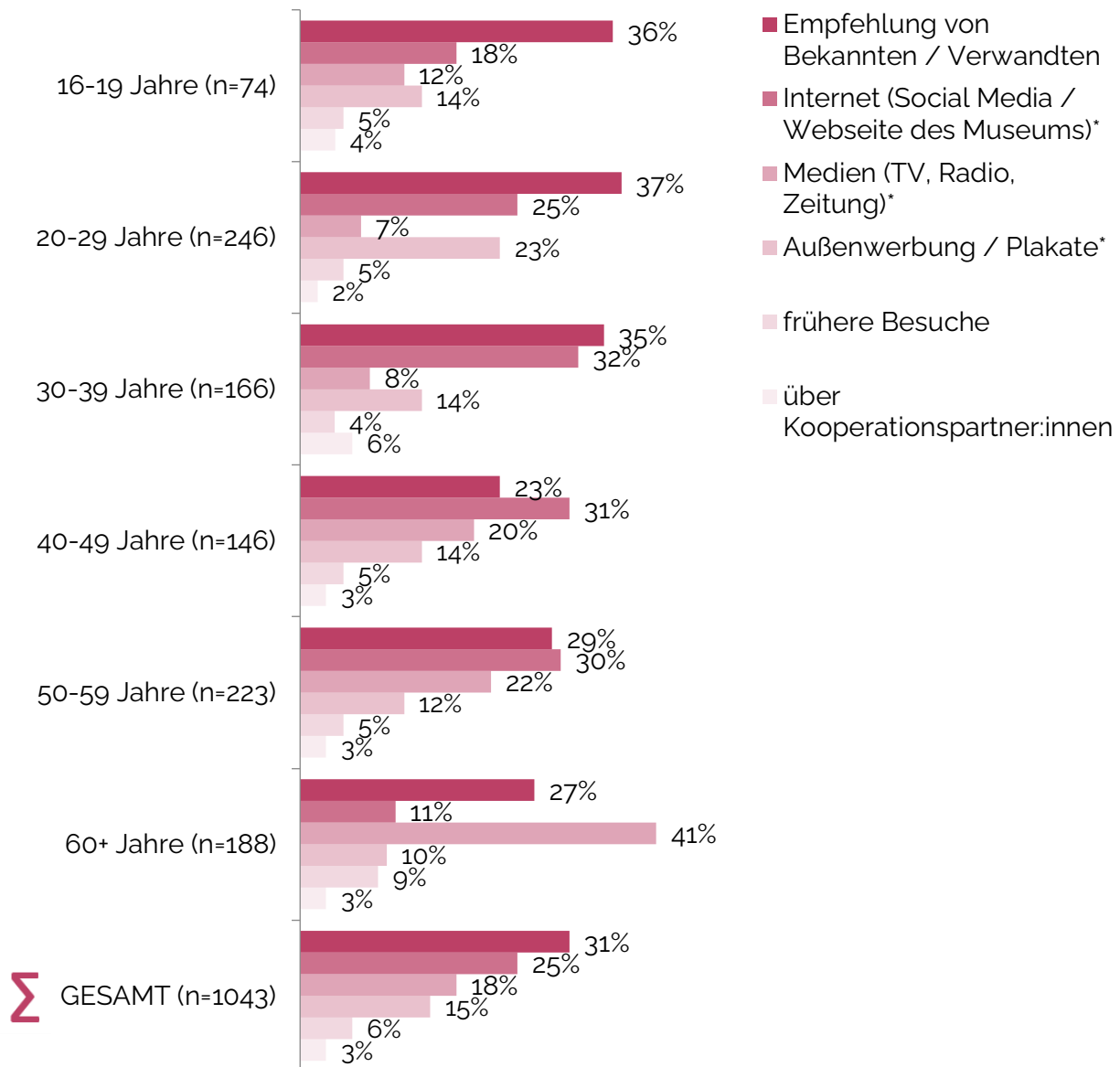
Gefragt wurde nach der ersten Aufmerksamkeit auf die Ausstellung »KLIMA_X«, nicht nach den genutzten Informationsmedien.

Es wurden keine großen Gruppen befragt, da keine vergleichbare Besuchssituation (zu beachten bei Antwortmöglichkeit Kooperationspartner:innen).

Andere Wege der Aufmerksamkeit	Anzahl Nennungen
Zufall / beim Vorbeilaufen	50
Vor Ort / im Museum	38
Kinowerbung	17
Schule / Studium	10
Museumsuferfest	9
Gar nicht	6
Arbeit	4
Ausflug	2
Museumscard	2
Expert:innen	1
Flyer	1
Gewinnspiel	1
Gruppe	1
Museumszeitung	1
Newsletter	1
Postmuseum	1
Recherche	1
Reisebüro	1
Travelocity	1
Werbung im Einzelhandel	1
Workshop	1



Abb. 18: Wege der Aufmerksamkeit nach Altersgruppen differenziert
(* = signifikanter Zusammenhang)



→ Die Aufmerksamkeit über **Empfehlung von Bekannten/Verwandten** war insgesamt die häufigste Nennung, noch mehr in jüngeren Altersgruppen bis 39 Jahre. Die zweithäufigste Nennung Aufmerksamkeit über das **Internet** spielt bei allen Altersgruppen eine wichtige Rolle, vor allem zwischen 30 und 60 Jahren. Eine Ausnahme sind hier die Befragten ab 60 Jahren, die nur zu 11% über das Internet und am häufigsten (41%) über **Medien (TV, Radio, Zeitung)** aufmerksam wurden. Die Aufmerksamkeit über **Medien (TV, Radio, Zeitung)** stieg insgesamt mit dem Alter an. **Außenwerbung/Plakate** (gesamt 15%) haben in der Altersgruppe der 20-29-Jährigen eine größere Bedeutung (23%) als in älteren Altersgruppen.



Wege der Aufmerksamkeit nach Wohnort differenziert:

→ **Außenwerbung und Plakate** (gesamt 15%) sind erwartungsgemäß für Befragte aus Frankfurt am Main (19%) etwas wichtiger als für Besuchende aus dem übrigen Hessen (13%) oder aus anderen Bundesländern (10%).

Die Aufmerksamkeit über das **Internet (Social Media/Webseite des Museums)** spielt demgegenüber mit der zunehmenden Entfernung des Wohnortes eine größere Rolle.

Empfehlung von Bekannten/Verwandten, Medien (TV, Radio, Zeitung), frühere Besuche und **über Kooperationspartner:innen**: kein signifikanter Unterschied nach Wohnort



Wege der Aufmerksamkeit nach Erst- und Wiederholungsbesuch differenziert:

→ **Medien (TV, Radio, Zeitung)** (gesamt 18%) spielen für Erstbesuchende eine etwas geringere Rolle (14%) als für Besuchende, die schon 1-mal (17%) oder schon 2- bis 4-mal (19%) zu Besuch im MfK waren. Deutlich am häufigsten wurden Medien von Besuchenden genannt, die mehr als 4-mal (30%) zuvor im Museum für Kommunikation Frankfurt waren.

Außenwerbung und Plakate, Internet (Social Media/Webseite des Museums), Empfehlung von Bekannten/Verwandten und **über Kooperationspartner:innen**: kein signifikanter Unterschied nach Erst- und Wiederholungsbesuch

3.3 Begleitung, Aufenthaltszeit und Materialmitnahme Machbar

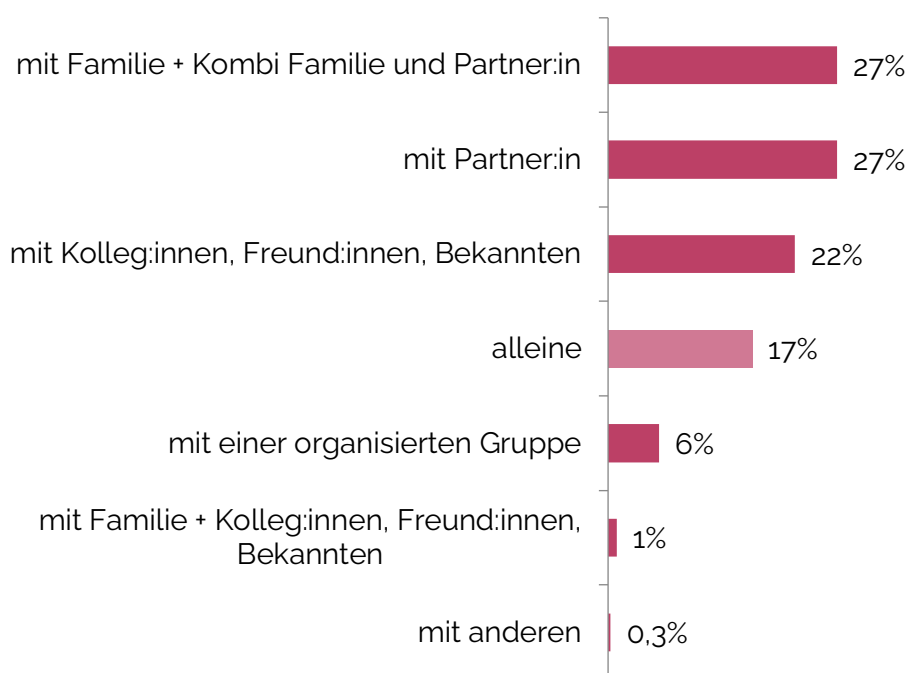


Fragen:

- Sind Sie heute in Begleitung gekommen?
- Wie lange haben Sie sich in der Ausstellung »KLIMA_X« aufgehalten?
- Haben Sie Material aus der Machbar mitgenommen?

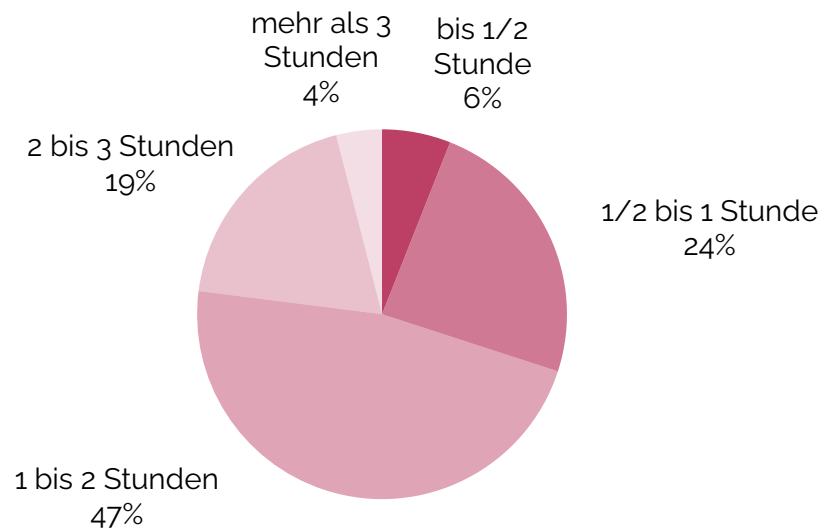
Abb. 19: Sind Sie heute in Begleitung gekommen?

(Frage beantwortet von n=1.170)



Andere Begleitung, nämlich	Anzahl Nennungen
AK Klima der BUNDjugend	1
Schule	1

Abb. 20: Wie lange haben Sie sich in der Ausstellung »KLIMA_X« aufgehalten?
(Frage beantwortet von n=1.161)



Aufenthaltsdauer nach höchstem (angestrebtem) Bildungsabschluss differenziert:

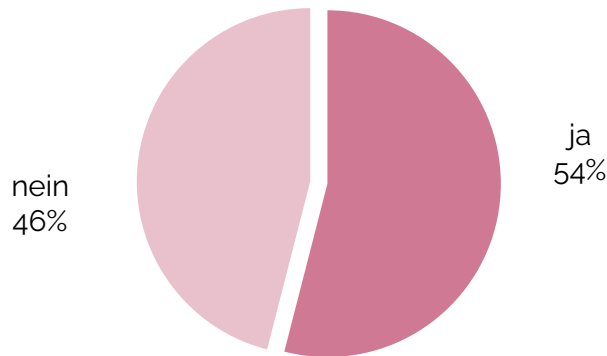
- Unterschieden nach dem höchsten (angestrebten) Bildungsabschluss der Befragten ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zur Aufenthaltsdauer für den Ausstellungsbesuch.



Aufenthaltsdauer nach Erst- und Wiederholungsbesuch differenziert:

- Unterschieden nach dem Erst- und Wiederholungsbesuch der Befragten ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zur Aufenthaltsdauer.

Abb. 21: Haben Sie Material aus der Machbar mitgenommen?
(Frage beantwortet von n=1.109)



Materialmitnahme aus der Machbar nach Altersgruppen differenziert:

- Unterschieden nach Altersgruppen ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zur Materialmitnahme aus der Machbar.
Tendenziell gaben etwas häufiger Befragte der Altersgruppe der bis 19-Jährigen (63%) und 40-49-Jährigen (60%) an, etwas aus der Machbar mitgenommen zu haben.



Materialmitnahme aus der Machbar nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert:

- Unterschieden nach selbst eingeschätztem Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zur Materialmitnahme aus der Machbar.



Materialmitnahme aus der Machbar nach Erst- und Wiederholungsbesuch differenziert:

- Unterschieden nach Erst- und Wiederholungsbesuch ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zur Materialmitnahme aus der Machbar.

3.4 Besuchsmotive



Fragen:

- Was waren die Hauptmotive für Ihren heutigen Besuch?

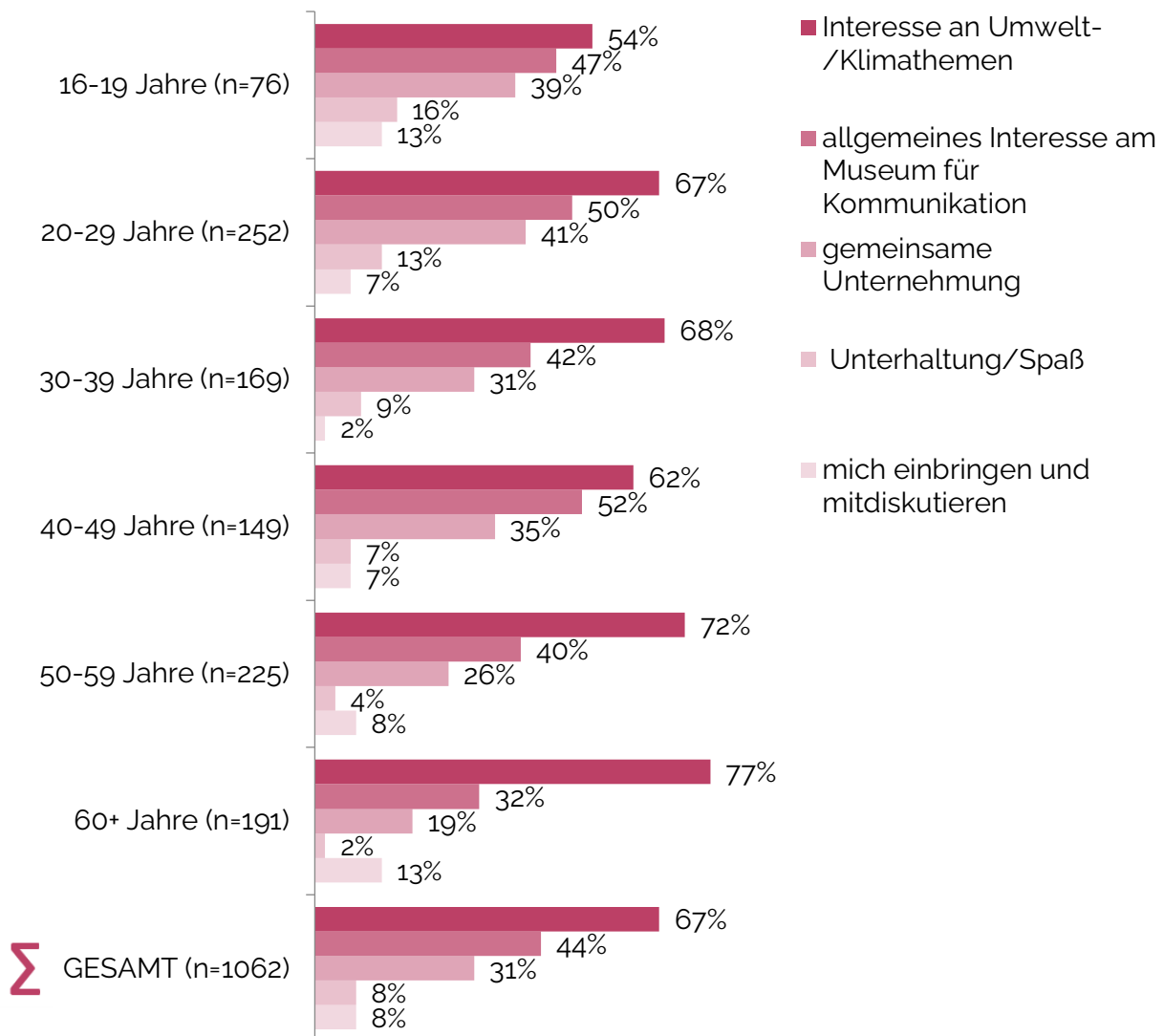
Abb. 22: Was waren die Hauptmotive für Ihren heutigen Besuch?
(Frage beantwortet von n=1.169, Mehrfachnennungen möglich)



Sonstige Besuchsmotive	Anzahl Nennungen
Berufliches Interesse	18
Persönliches Interesse	9
Andere Ausstellung im Haus	6
Studium / Forschung	3
Museumsuferfest	2
Ferienprogramm	1
Liebighaus hatte geschlossen	1
Moderne Ausstellung	1



Abb. 23: Ausgewählte Motive des heutigen Besuchs nach Altersgruppen differenziert (signifikanter Zusammenhang)



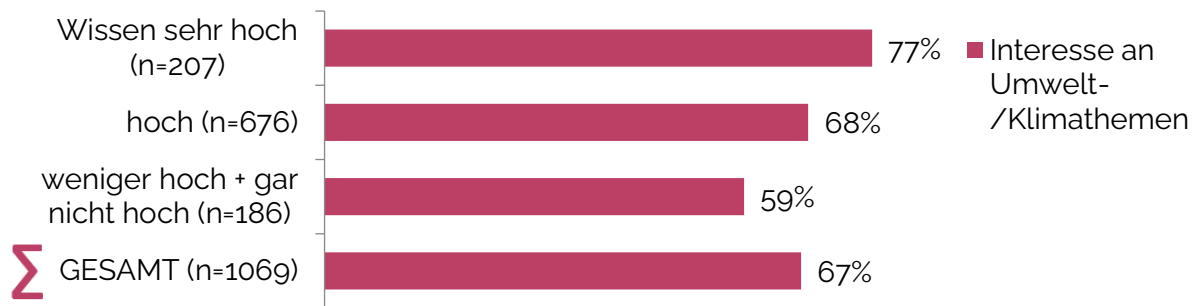
→ In allen Altersgruppen ist das **Interesse an Umwelt-/Klimathemen** Hauptmotiv für den Museumsbesuch. Dies steigt mit dem Alter noch etwas an. Jüngere und mittlere Altersgruppen bis 49 Jahre besuchen das Museum für Kommunikation häufiger als Ältere aufgrund ihres **allgemeinen Interesses am Museum für Kommunikation** und der Möglichkeit zur **gemeinsamen Unternehmung**. **Unterhaltung/Spaß** wird anteilig eher von jüngeren Befragten genannt, dies nimmt mit dem Alter ab. Die jüngste Altersgruppe von 16-19 Jahren (kleine absolute Zahl) sowie die älteren Besucher:innen ab 60 Jahren möchten sich anteilig häufiger als die anderen Gruppen **einbringen und mitdiskutieren**, aber das Motiv ist insgesamt selten genannt.



Nur signifikante Besuchsmotive ausgewählt



Abb. 24: Besuchsmotiv Interesse an Umwelt-/Klimathemen nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert
(signifikanter Zusammenhang)

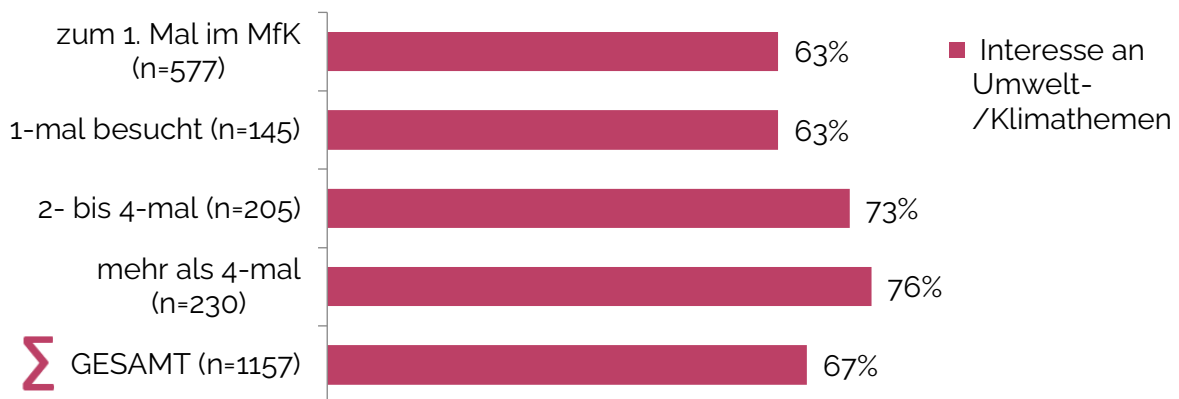


→ Insgesamt gab die Publikumsmehrheit an (67%), dass das **Interesse an Umwelt-/Klimathemen** ein Besuchsmotiv darstellte. Je höher das selbst eingeschätzte Wissensniveau über den Klimawandel/die Klimakrise, desto eher gaben Besucher:innen an, aus Interesse an Umwelt-/Klimathemen gekommen zu sein.

Besuchsmotive Allgemeines Interesse am Museum für Kommunikation, gemeinsame Unternehmung, Unterhaltung/Spaß und mich einbringen und mitdiskutieren: kein signifikanter Unterschied nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise



Abb. 25: Besuchsmotiv Interesse an Umwelt-/Klimathemen nach Erst- und Wiederholungsbesuch differenziert
(signifikanter Zusammenhang)



→ Das **Interesse an Umwelt-/Klimathemen** war das häufigste Besuchsmotiv (insgesamt 67%). Darunter häufiger Wiederholungsbesuchende, die bereits 2-mal oder öfter im MfK waren (73-76%), im Vergleich zu Erstbesuchenden (63%) und denen, die bereits 1-mal zuvor dort waren (63%).

Besuchsmotive Allgemeines Interesse am Museum für Kommunikation, gemeinsame Unternehmung, Unterhaltung/Spaß und mich einbringen und mitdiskutieren: kein signifikanter Unterschied nach Erst- und Wiederholungsbesuch



Besuchsmotive nach Begleitung differenziert:

→ **Allgemeines Interesse am Museum für Kommunikation** (gesamt 44%): häufiger genannt von Familienbesucher:innen (52%) oder Personen in Begleitung von Partner:in (46%) als in anderen Begleitformen.

Gemeinsame Unternehmung (gesamt 31%): erwartungsgemäß häufiger genannt von Familienbesucher:innen (41%) sowie auch von Besuchenden in Begleitung von Kolleg:innen, Freund:innen und Bekannten (40%).

Besuchsmotive Interesse an Umwelt-/Klimathemen, neue Ausstellungen sind sehenswert, Empfehlung von Bekannten, Freund:innen oder Familie, Unterhaltung/Spaß, mich einbringen und mitdiskutieren, abschalten/erholen: kein signifikanter Unterschied nach Begleitung

4 Bewertung der Ausstellung

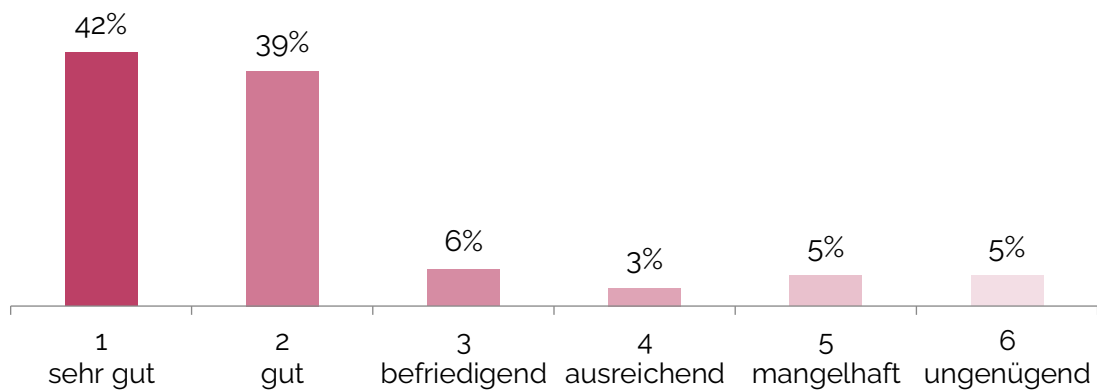
4.1 Gesamturteil



Frage:

- Wie hat Ihnen die Ausstellung »KLIMA_X« insgesamt gefallen?

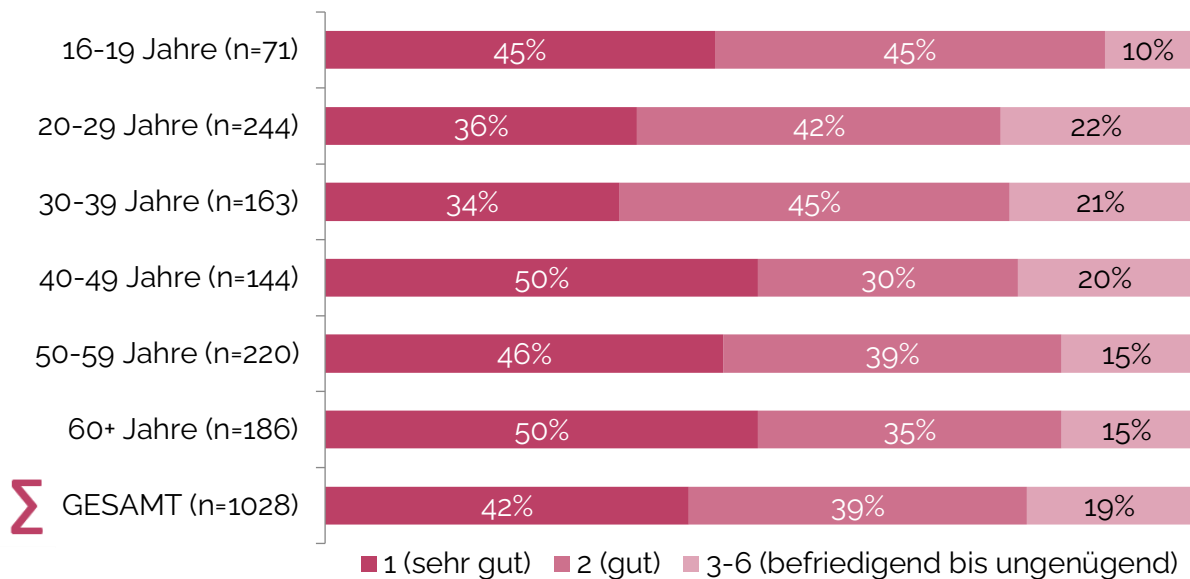
Abb. 26: Wie hat Ihnen die Ausstellung »KLIMA_X« insgesamt gefallen?
(Frage beantwortet von n=1.124)



✓ Notendurchschnitt: 2,0



Abb. 27: Gesamturteil nach Altersgruppen differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Insgesamt bewertete eine Mehrheit von 42% die KLIMA_X Ausstellung mit sehr gut, weitere 39% mit gut. Die Gesamturteile fallen in mittleren und älteren Altersgruppen ab 40 Jahren noch häufiger mit sehr gut aus, während die jüngeren Altersgruppen 20 bis 39 Jahre öfter mit gut bewerten und auch höhere Anteile an kritischeren Bewertungen zeigen.



Gesamturteil nach höchster (angestrebter) Bildungsabschluss differenziert:

→ Unterschieden nach dem höchsten (angestrebten) Bildungsabschluss ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zum Gesamturteil der Ausstellung.



Gesamturteil nach Wissen über die Klimakrise/den Klimawandel differenziert:

→ Unterschieden nach selbsteingeschätztem Wissen über die Klimakrise/den Klimawandel ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zum Gesamturteil der Ausstellung.

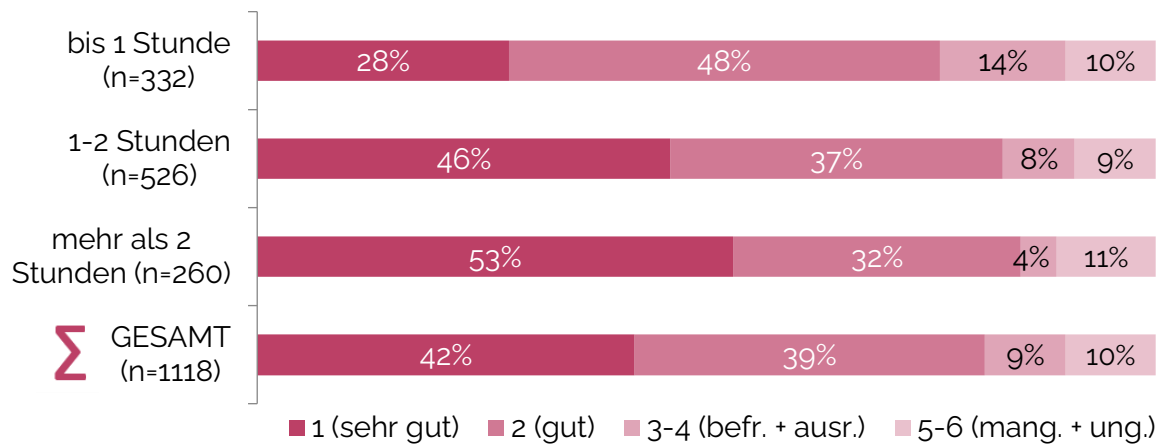


Gesamturteil nach Erst- und Wiederholungsbesuch differenziert:

→ Unterschieden nach Erst- und Wiederholungsbesuch ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zum Gesamturteil der Ausstellung.



Abb. 28: Gesamturteil nach Aufenthaltsdauer differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Mit zunehmender Aufenthaltsdauer vergaben die Besucher:innen häufiger die Gesamtbewertung „sehr gut“ für die KLIMA_X Ausstellung.

4.2 Beurteilung einzelner Aspekte

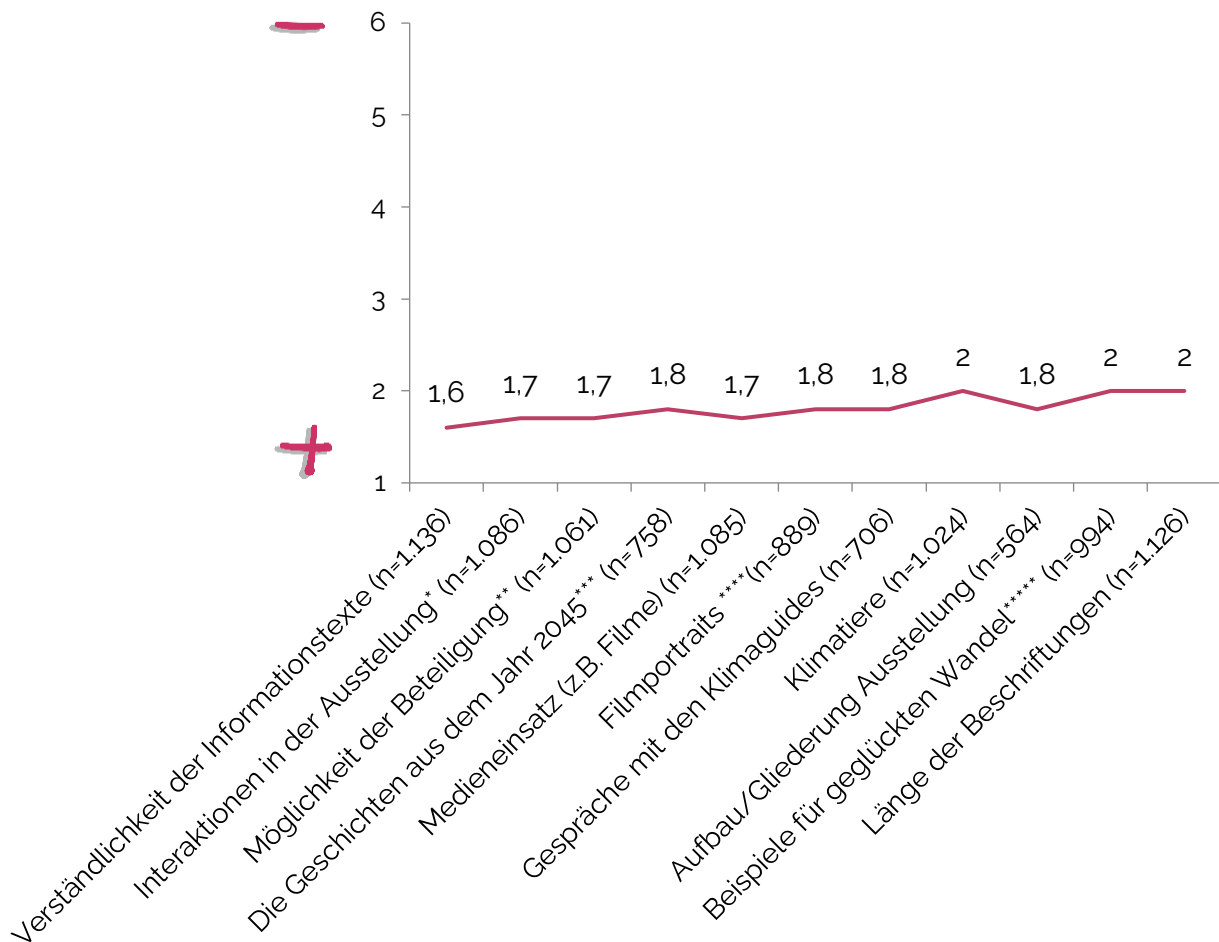


Fragen:

- Wie beurteilen Sie...?

Abb. 29: Mittelwerte Beurteilung einzelner Aspekte

(Mittelwertvergleich, 1=sehr gut bis 6=ungenügend, sortiert nach Antwort "sehr gut")



im Fragebogen abgefragt:

*Interaktionen in der Ausstellung (z.B. Klima-Emotionen, Ausreden-Glücksrad)

**Möglichkeit der Beteiligung (z.B. Kreidetafeln, Buttons)

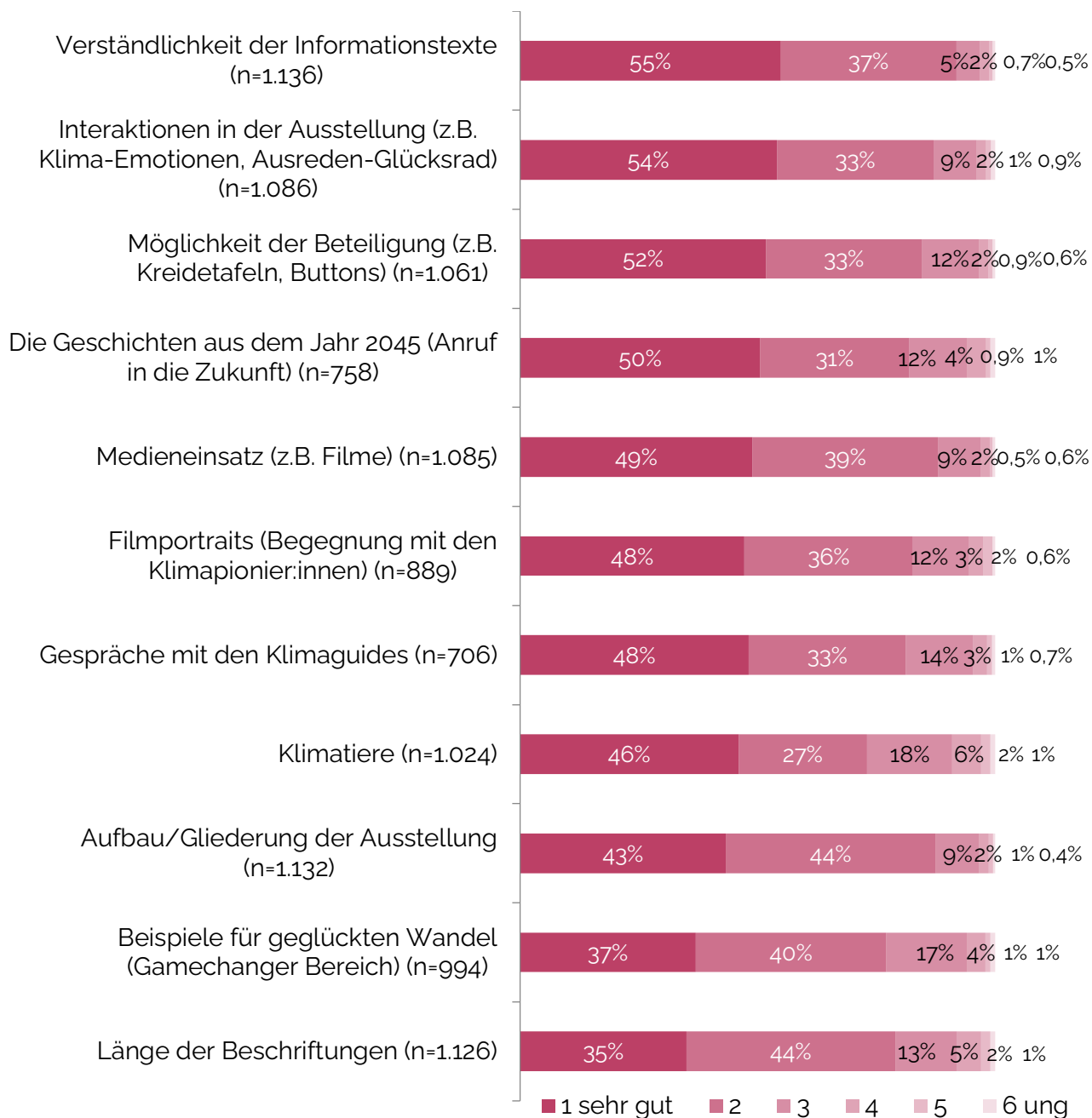
***Die Geschichten aus dem Jahr 2045 (Anruf in die Zukunft)

****Filmportraits (Begegnung mit den Klimapionier:innen)

*****Beispiele für geglückten Wandel (Gamechanger Bereich)

Abb. 30: Wie beurteilen Sie...?

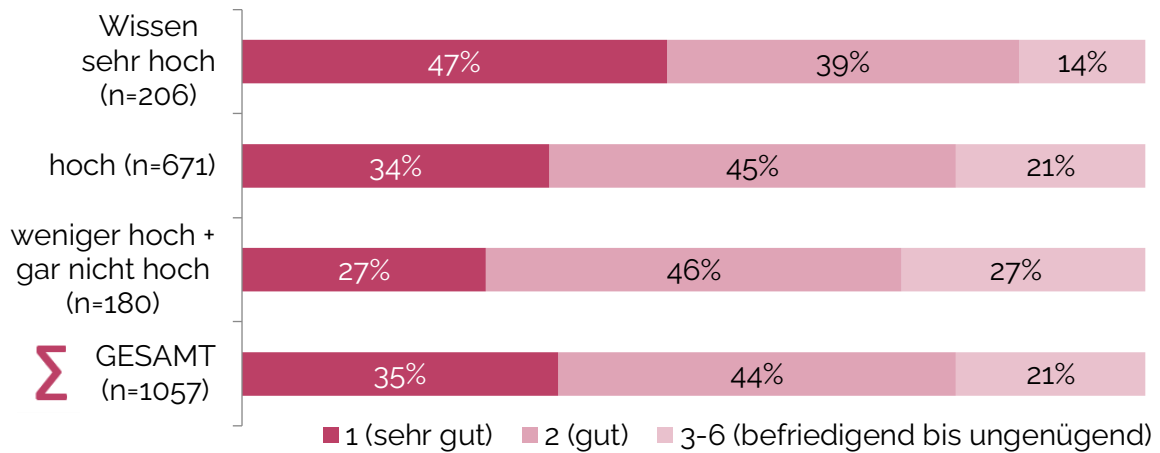
(Bewertet in Schulnoten von 1=sehr gut bis 6=ungenügend, sortiert nach Antwort „sehr gut“)



n= unterschiedlich, da nicht alle Aspekte von allen Befragten beurteilt („nicht genutzt“ wurde hier rausgerechnet). Es werden unterschiedliche Aspekte bewertet, die nicht 1:1 gegenübergestellt werden können.



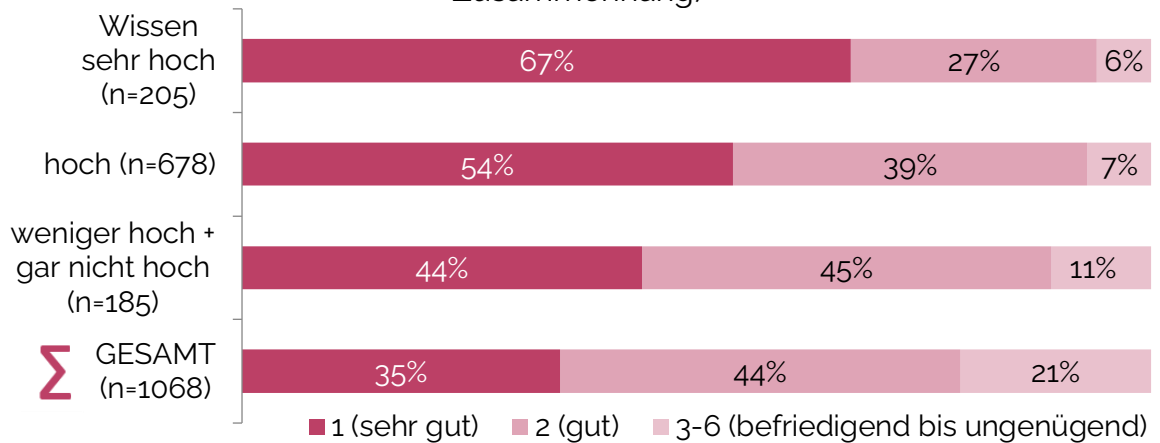
Abb. 31: Beurteilung der Länge der Beschriftungen nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Die **Länge der Beschriftungen** wurden von Befragten mit selbst eingeschätztem sehr hohem Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise am häufigsten mit der Note 1 bewertet (47%). Personen mit höherem Wissen bewerteten die Länge der Beschriftungen positiver, während Menschen mit geringerem Wissen deutlich kritischer waren.



Abb. 32: Beurteilung der Verständlichkeit der Informationstexte nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Höheres selbst eingeschätztes Wissensniveau zum Klimawandel geht auch mit positiverer Beurteilung der **Verständlichkeit der Informationstexte** einher. Besonders Befragte mit sehr hohem oder hohem Wissen bewerteten die Verständlichkeit deutlich besser im Vergleich zu jenen mit geringerem oder keinem hohem Wissen.

Interaktionen in der Ausstellung, Möglichkeit der Beteiligung, die Geschichten aus dem Jahr 2045, Medieneinsatz, Filmportraits, Gespräche mit den Klimaguides, Klimatiere, Aufbau/Gliederung der Ausstellung, Beispiele für geglückten Wandel: kein signifikanter Unterschied nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise

Wegner/Geiger: Publikumsbefragung KLIMA_X + Nachfassbefragung, Schlussbericht zu beiden Befragungen

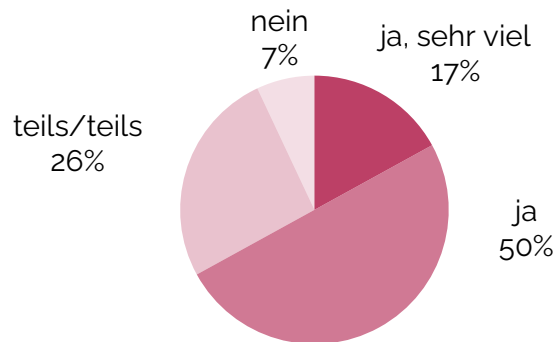
4.3 Ausstellungsspezifische Urteile



Fragen:

- Haben Sie in der Ausstellung etwas Neues erfahren?
- Knüpft das Thema der Ausstellung »KLIMA_X« an ihren Alltag an?
- Regt die Ausstellung »KLIMA_X« Sie zum Handeln an?
- Nehmen Sie konkrete Ideen mit, was Sie gegen den Klimawandel/die Klimakrise tun können?

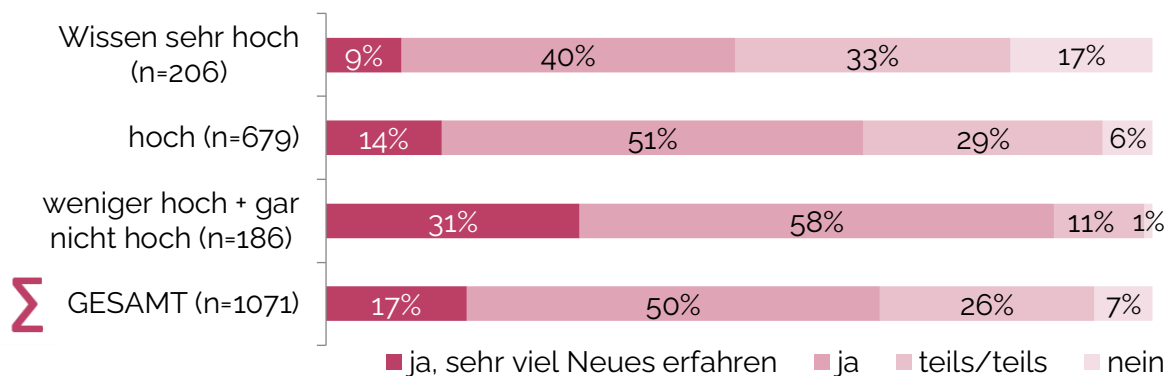
Abb. 33: Haben Sie in der Ausstellung etwas Neues erfahren?
(Frage beantwortet von n=1.124)



Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ wurde rausgerechnet



Abb. 34: Etwas Neues erfahren nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)

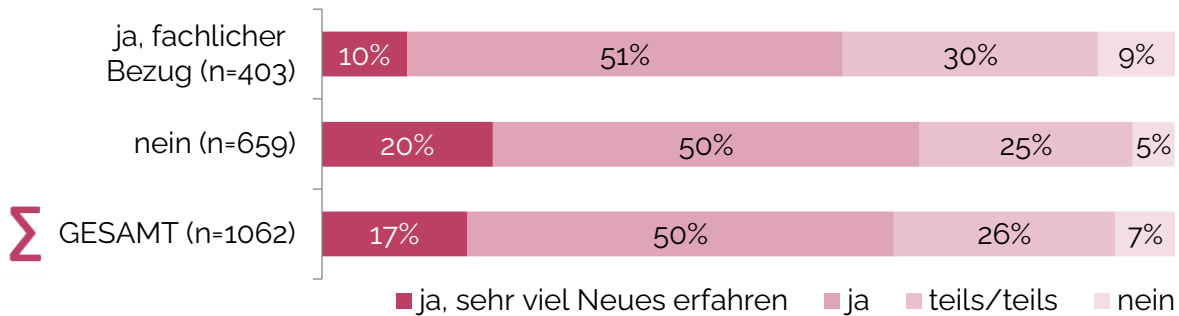


→ Befragte mit selbst eingeschätztem niedrigerem Wissensstand nannten häufiger, sehr viel Neues oder Neues über den Klimawandel/die Klimakrise erfahren zu haben. Auch unter den Befragten, die ihr Wissen als hoch einordneten, sagte die Mehrheit, dass sie sehr viel Neues oder Neues erfahren haben (zusammengezählt 65%). Bei denjenigen mit der Angabe sehr hohes Wissen waren dies immerhin noch zusammengezählt 49%.

Wegner/Geiger: Publikumsbefragung KLIMA_X + Nachfassbefragung, Schlussbericht zu beiden Befragungen



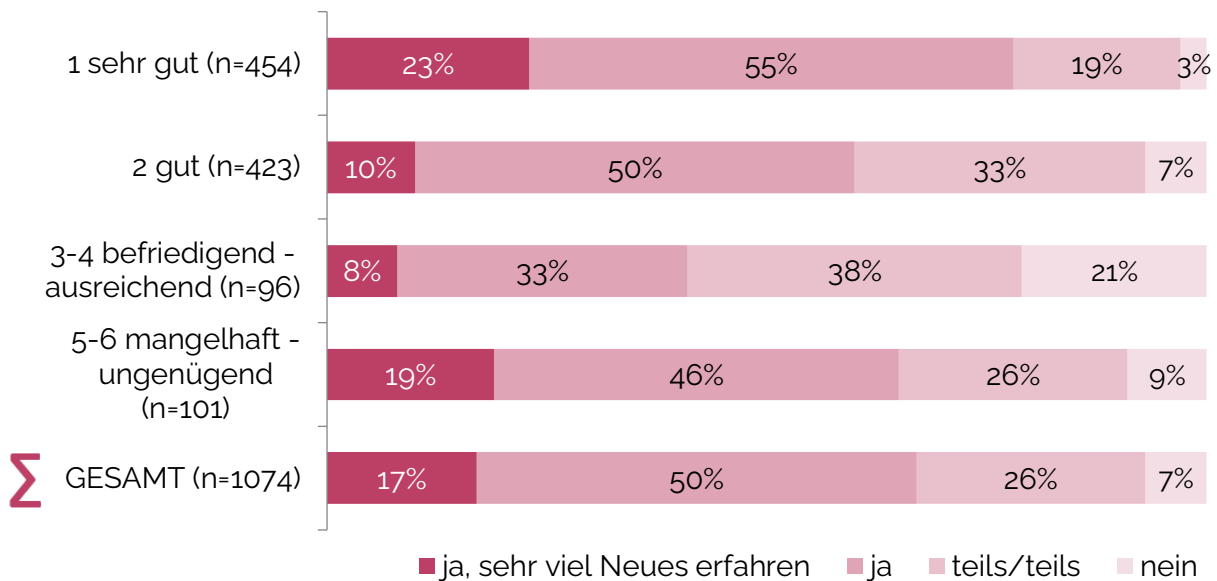
Abb. 35: Neues erfahren in der Ausstellung nach fachlichem Bezug (privat/beruflich) differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Befragte ohne fachlichen Bezug gaben etwas häufiger an, in der Ausstellung KLIMA_X sehr viel Neues erfahren zu haben (20%), im Vergleich zu Befragten mit fachlichem Bezug (10%).

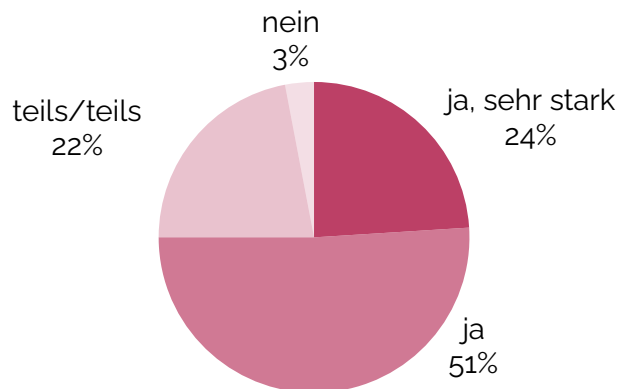


Abb. 36: Neues erfahren in der Ausstellung nach Gesamturteil differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Insgesamt gaben 17% der Befragten an, **sehr viel Neues** erfahren zu haben. Darunter etwas häufiger Befragte, die die Ausstellung mit „sehr gut“ bewertet haben (23%). Aber auch unter den kritischsten Besuchenden, die „mangelhaft“ oder „ungenügend“ urteilten, haben 19% **sehr viel Neues** erfahren (insgesamt sind dies nicht so viele Befragte). Besuchende die die Ausstellung mit „befriedigend“ oder „ausreichend“ bewerteten, gaben deutlicher seltener an, **sehr viel Neues** erfahren zu haben (8%, gesamt 17%) und dafür deutlich häufiger, **nichts Neues** erfahren zu haben (21%, gesamt 7%).

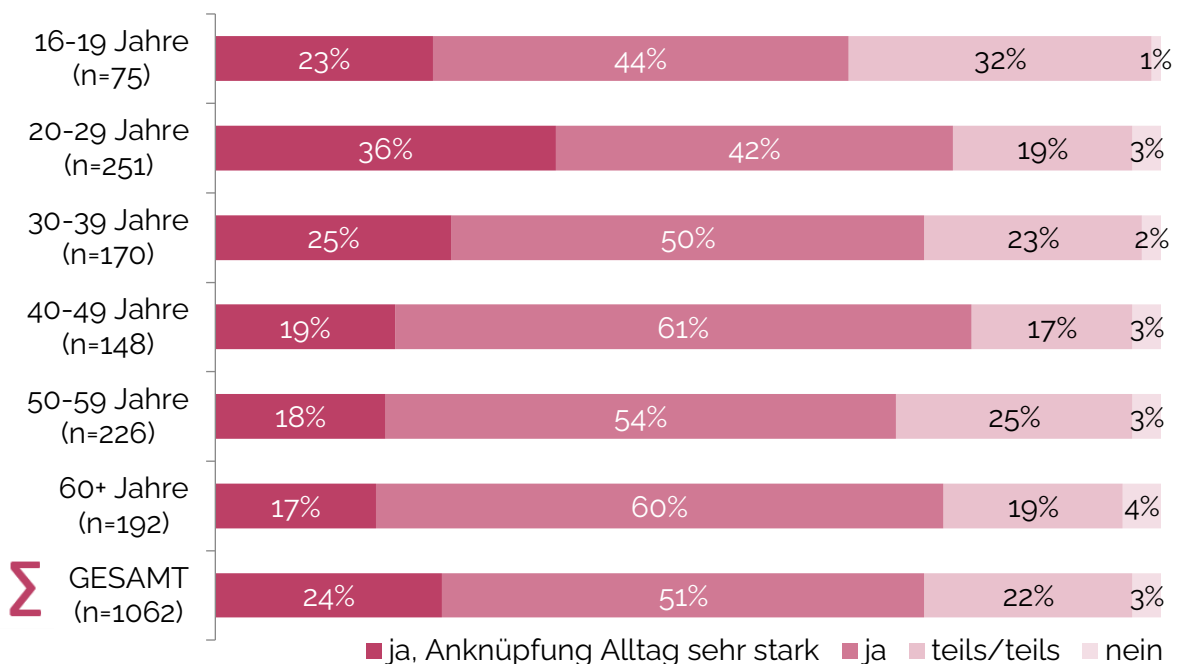
Abb. 37: Knüpft das Thema der Ausstellung »KLIMA_X« an Ihren Alltag an?
(Frage beantwortet von n=1.120)



! Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ wurde rausgerechnet



Abb. 38: Anknüpfung der Ausstellung an den Alltag nach Altersgruppen differenziert (signifikanter Zusammenhang)

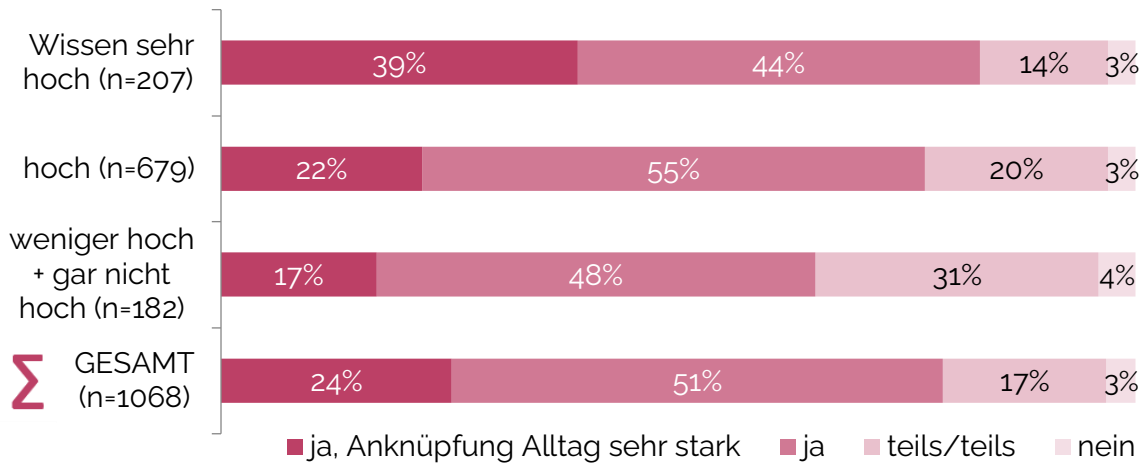


→ Insgesamt gaben 24% der Besuchenden an, dass die Ausstellung **sehr stark an ihren Alltag anknüpft**. Häufiger waren das Besuchende der Altersgruppe der 20-29-Jährigen (36%). Die „**sehr starke**“ Anknüpfung nimmt mit dem Alter ab. Die Gruppe der über 60-Jährigen zeigte die geringste Zustimmung zur **„sehr starken“** Verbindung der Ausstellung mit dem Alltag und wies gleichzeitig den anteilig höchsten Anteil an Personen auf, die angaben, dass die Ausstellung **nicht an ihren Alltag anknüpfe** (4%). Die Unterschiede sind aber bis auf die Gruppe 20-29 nicht so stark ausgeprägt.

Wegner/Geiger: Publikumsbefragung KLIMA_X + Nachfassbefragung, Schlussbericht zu beiden Befragungen



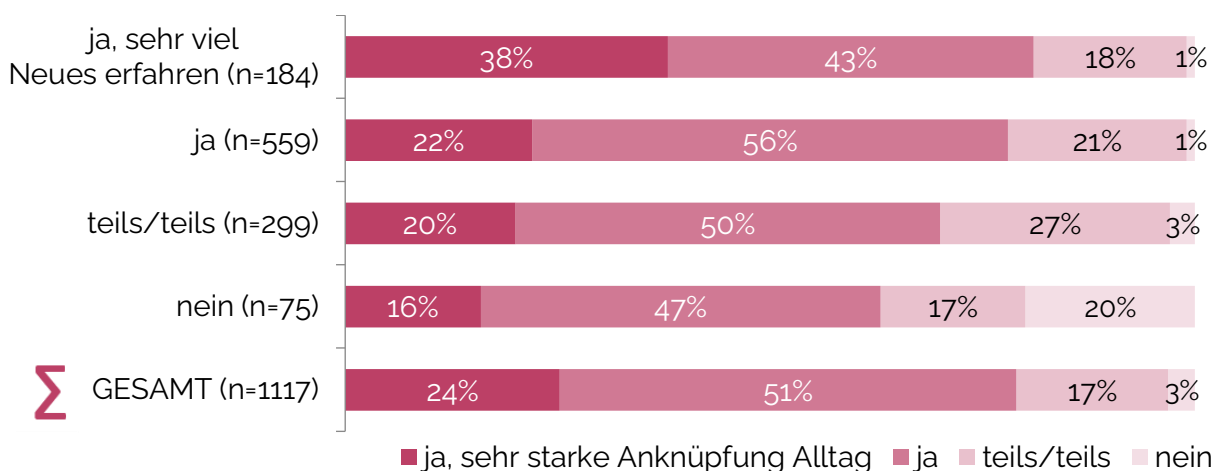
Abb. 39: Anknüpfung der Ausstellung an den Alltag nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Befragte mit selbst eingeschätztem sehr hohem Wissensstand über den Klimawandel/die Klimakrise gaben häufiger an, eine **sehr starke Anknüpfung** der Ausstellungsinhalte an ihren Alltag zu empfinden (39%, gesamt 24%) Diejenigen mit weniger hohem oder gar keinem hohem Wissen bewerteten die **Anknüpfung** an ihren Alltag häufiger als die anderen als „teils/teils“ gegeben, aber auch hier nannte die Mehrheit eine vorhandene Anknüpfung. Insgesamt gaben die Befragten unabhängig von ihrem Wissensstand nur selten an, dass die Ausstellungsinhalte **keine Verbindung** zu ihrem Alltag haben (3-4%).

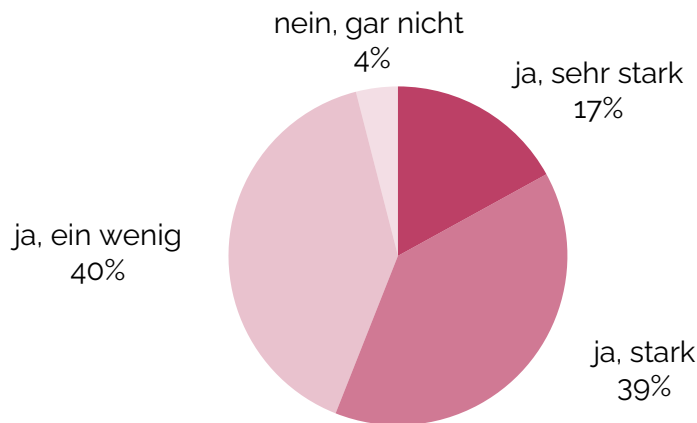


Abb. 40: Anknüpfung der Ausstellung an den Alltag nach etwas Neues erfahren differenziert (signifikanter Zusammenhang)



→ Befragte, die angaben, sehr viel Neues durch die Ausstellung erfahren zu haben, empfinden eher eine **sehr starke Anknüpfung** der Ausstellungsinhalte an ihren Alltag (38%, gesamt 24%). Im Gegensatz dazu gaben Besuchende, die weniger Neues gelernt haben, seltener an, dass die Ausstellung sehr stark an ihren Alltag anknüpft (noch 20% bzw. 16%).

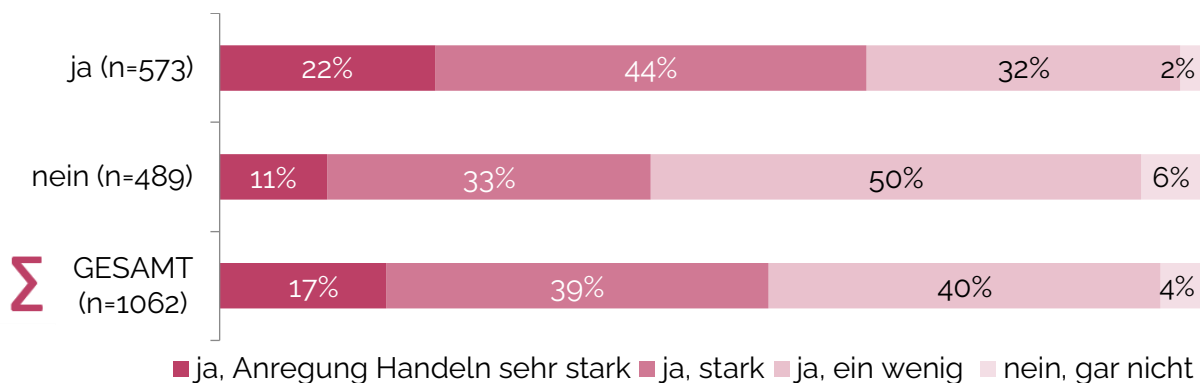
Abb. 41: Regt die Ausstellung »KLIMA_X« Sie zum Handeln an?
(Frage beantwortet von n=1.081)



Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ wurde rausgerechnet



Abb. 42: Regt die Ausstellung »KLIMA_X« Sie zum Handeln an? nach Mitnahme aus der Machbar differenziert (signifikanter Zusammenhang)



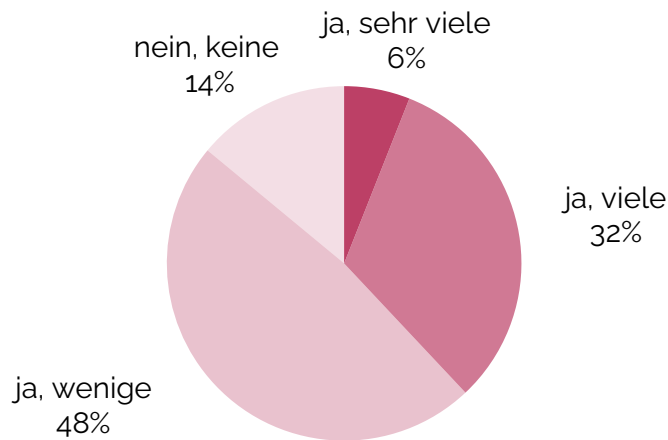
→ Befragte, die etwas aus der Machbar mitnahmen, haben deutlich häufiger angegeben, eine **sehr starke** (22%) **oder starke Anregung** (44%) **zum Handeln** zu haben als Befragte, die nichts aus der Machbar mitgenommen haben (11% sehr stark; 33% stark). Lediglich 6% der Befragten, die nichts aus der Machbar mitgenommen haben, gaben an, überhaupt **nicht** zur Handlung motiviert zu sein.



Regt die Ausstellung »KLIMA_X« Sie zum Handeln an? nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert:

→ Unterschieden nach dem selbst eingeschätzten Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise der Befragten ergab sich kein signifikanter Zusammenhang zur Anregung zum Handeln durch den Ausstellungsbesuch.

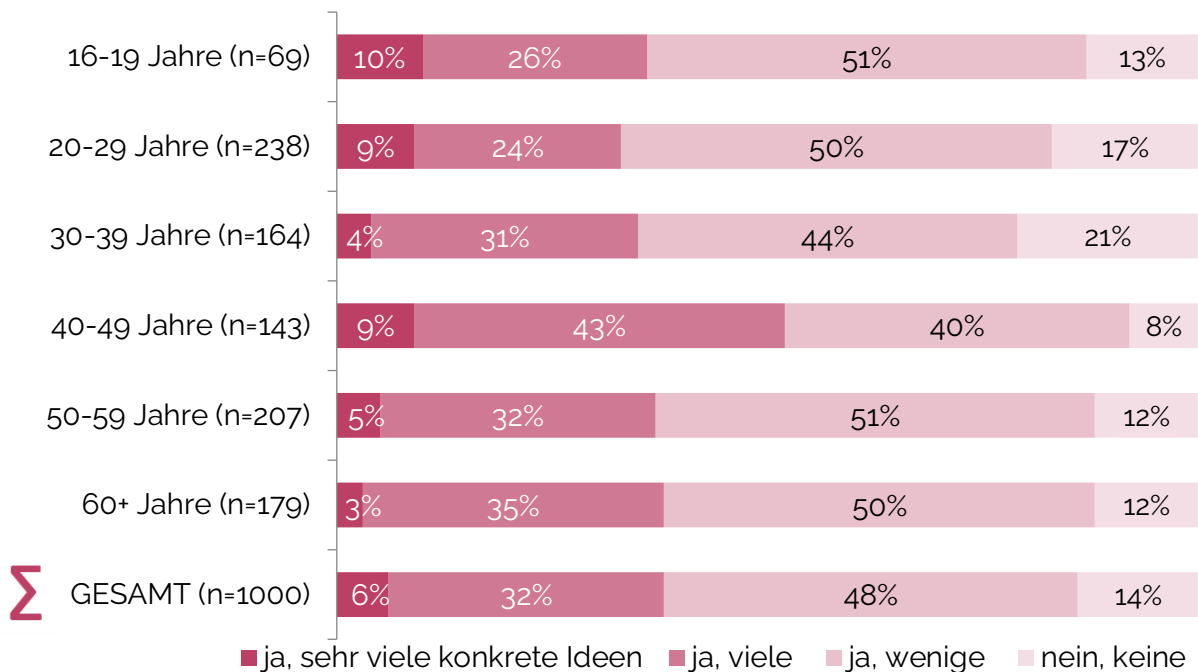
Abb. 43: Nehmen Sie konkrete Ideen mit, was Sie gegen den Klimawandel/die Klimakrise tun können?
(Frage beantwortet von n=1.053)



! Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ wurde rausgerechnet



Abb. 44: Nehmen Sie konkrete Ideen mit, was Sie gegen den Klimawandel/die Klimakrise tun können? nach Altersgruppen differenziert
(signifikanter Zusammenhang)



→ Insbesondere die Altersgruppe der 40-49-Jährigen gab häufiger an, **sehr viele** oder **viele** konkrete Ideen aus dem Ausstellungsbesuch mitzunehmen (zusammengerechnet 52%). Die jüngeren Altersgruppen der 20-29-Jährigen und 30-39-Jährigen gaben hingegen anteilig häufiger als die anderen Gruppen an, **keine** konkreten Ideen mitzunehmen (17-21%).

Wegner/Geiger: Publikumsbefragung KLIMA_X + Nachfassbefragung, Schlussbericht zu beiden Befragungen

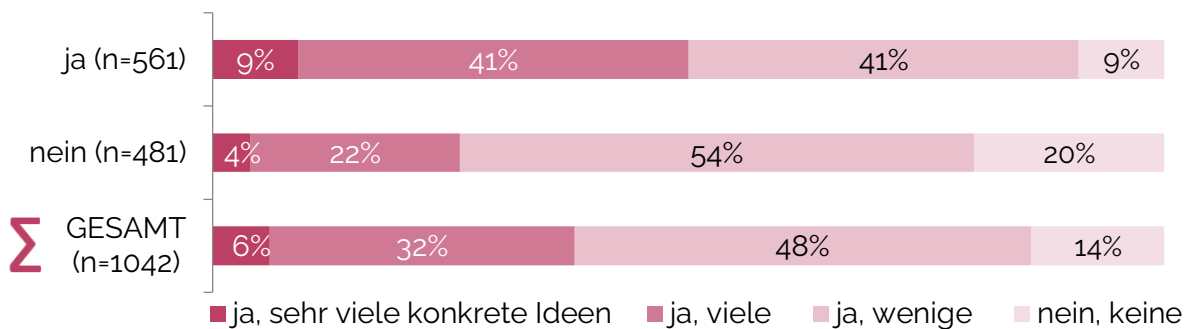


Nehmen Sie konkrete Ideen mit, was Sie gegen den Klimawandel/die Klimakrise tun können? nach höchstem (angestrebten) Bildungsabschluss differenziert:

- Unterschieden nach dem höchsten (angestrebten) Bildungsabschluss der Befragten ergab sich kein signifikanter Zusammenhang hinsichtlich der Generierung konkreter Ideen zur Bewältigung des Klimawandels/der Klimakrise durch den Besuch der Ausstellung.



Abb. 45: Nehmen Sie konkrete Ideen mit, was Sie gegen den Klimawandel/die Klimakrise tun können? nach Mitnahme aus der Machbar differenziert (signifikanter Zusammenhang)



- Insgesamt haben zusammengezählt 38% „**sehr viele**“ oder „**viele**“ konkrete Ideen aus der Ausstellung mitgenommen, darunter deutlich häufiger Besuchende, die etwas aus der Machbar mitgenommen haben (zusammen 50% gegenüber 26%, die nichts aus der Machbar mitnahmen). Auch Besuchende, die nichts aus der Machbar mitgenommen haben, gaben mehrheitlich noch an, zumindest „**wenige**“ konkrete Ideen mitgenommen zu haben (54%).



Nehmen Sie konkrete Ideen mit, was Sie gegen den Klimawandel/die Klimakrise tun können? nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise differenziert:

- Unterschieden nach dem selbst eingeschätzten Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise der Befragten ergab sich kein signifikanter Zusammenhang hinsichtlich der Generierung konkreter Ideen zur Bewältigung des Klimawandels/der Klimakrise durch den Besuch der Ausstellung.

4.4 Offene Anmerkungen



Fragen:

- Was hat Ihnen an der Ausstellung »KLIMA_X« besonders gut gefallen?
- Was hat Ihnen an der Ausstellung »KLIMA_X« weniger gut gefallen?
- Welche zentrale Botschaft nehmen Sie aus der Ausstellung »KLIMA_X« mit?

Erläuterung zur Art der Auswertung: Die folgenden Fragen wurden ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten gestellt, d.h. als offene Fragen. Die Eintragungen der Befragten wurden in der Auswertung **Kategorien zugeordnet** und in **absoluten Zahlen** ausgezählt. Einzelnennungen und Nennungen, die nicht zuzuordnen waren, werden nicht aufgeführt.

→ alle wortwörtlichen Einzelnennungen siehe separat zugesandte Exceltabelle

Insgesamt: positive Rückmeldungen von **844** Befragten
kritische Rückmeldungen von **419** Befragten



Tab. 1: Was hat Ihnen an der Ausstellung »KLIMA_X« besonders gut gefallen?

(Antworten von 844 Befragten)

Kategorie	Anzahl Nennungen
Gestaltung / Präsentation	894
- darunter: Interaktion / Partizipation	291
- darunter: Aufbau / Konzept	171
- darunter: Darstellung der Informationen / aufbereitete Fakten	151
- darunter: Vielfältigkeit	57
- darunter: Medieneinsatz	54
- darunter: Kurzweilig / leicht verständlich	43
- darunter: Grafiken	32
- darunter: Abwechslungsreich	15
- darunter: Machbar	13
- darunter: Innovativ	8
Bestimmte Inhalte	415
- darunter: Ansprache der Emotionen / Psychologie	75
- darunter: Interviews / Expert:innen	72
- darunter: Zukunftsperspektiven / bisherige Erfolge	68
- darunter: Anruf in das Jahr 2045	38
- darunter: Klimakommunikation	30
- darunter: Historie / Zeitstrahl	26
- darunter: Klima-Tiere	25

- darunter: Mechanismen Klima-Leugnung	16
- darunter: CO2 Ausstoß	13
- darunter: Ausreden-Glücksrad	11
- darunter: Geschichtenwand	6
- darunter: Regionale Bezüge	6
Anregungen / Selbstreflexion (u.a. Aufforderung zum Nachdenken, Denkanstöße, Verhaltensmuster kennenlernen und reflektieren, Selbstwahrnehmung)	39
Personal / Service (u.a. Austauschmöglichkeiten, Engagement der Mitarbeiter:innen, freundliches und motiviertes Personal, Sitz- und Liegemöglichkeiten)	29
Themenwahl Klimakrise / Umwelt (u.a. Aufarbeitung des Themas, Sensibilisierung zum Thema Klimakrise, thematisch toll, Klimakrise als Thema im Museum)	29
Lob allgemein (u.a. alles, alles hat mir gefallen, hat uns gefallen)	20
Familien- und kinderfreundlich (u.a. für Jugendliche geeignet, für Kinder sehr interessant, familiengerecht)	8
Haltung (u.a. eindeutige Positionierung, Ehrlichkeit, gute Perspektive)	4



Tab. 2: Was hat Ihnen an der Ausstellung »KLIMA_X« weniger gut gefallen?

(Antworten von 419 Befragten)

Kategorie	Anzahl Nennungen
Gestaltung / Präsentation	303
- darunter: zu viel Text / unleserlich	76
- darunter: Aufbau / Konzept (u.a. unklar, fehlender roter Faden, unübersichtlich, nicht barrierefrei, zu viele Emotionen)	49
- darunter: zu wenig Handlungsempfehlungen / Tipps	37
- darunter: oberflächlich / langweilig / nicht Neues	29
- darunter: Audio- / Videostationen (u.a. zu viele Videos, zu lange Videos, Ton zu leise, Kabel zu kurz für große Personen)	23
- darunter: fehlende Zusammenhänge / unverständliche Informationen	19
- darunter: überfordernd / zu viele Informationen	19
- darunter: Belehrend / dekonstruktiv	11
- darunter: Sprachbarriere (u.a. Videos nur auf Englisch, leichte Sprache für Kinder fehlt, Übersetzungen ins Englische haben gefehlt, zu viel Englisch)	11
- darunter: fehlende Interaktionsmöglichkeiten	9
- darunter: defekte Technik	8
- darunter: fehlende Sitzgelegenheiten	8
- darunter: zu stark auf Kinder ausgerichtet	5

fehlende Inhalte	119
- darunter: bestimmte fehlende Perspektiven (u.a. letzte Generation, Lobbyismus, philosophischer Ansatz, Fokus individuelles Handeln, globale Ungleichheit, globale Perspektive, Emissionshandel)	54
- darunter: Gegenargumente Klimaleugner / Ausreden	10
- darunter: Angebote für Kinder / Jugendliche	7
- darunter: Ernährung (u.a. vegane Ernährung, Fleischkonsum)	4
- darunter: regionale Bezüge	3
Wünsche / Anregungen (u.a. Katalog erstellen, Fokus auf Lösungen, Begleitheft, englische Untertitel oben einblenden, längere Ausstellungszeiträume, Kurzführungen)	13
Bestimmte Inhalte (u.a. alte Ausstellungsstücke, Infobox am Eingang, Flugzeugentscheidung)	12
Raum: Akustik / Temperatur / Beleuchtung (u.a. sehr laut, zu kühl, parallele Kinderveranstaltung war zu laut)	11



Tab. 3: Welche zentrale Botschaft nehmen Sie aus der Ausstellung „KLIMA_X“ mit?
(Antworten von 591 Befragten)

Kategorie	Anzahl Nennungen
Handle jetzt! / Handeln statt reden (u.a. aktiver werden, dringend nötig etwas zu tun, es muss sich etwas ändern, machen, was tun und nicht reden, jetzt handeln, aktiver werden, wir müssen handeln)	163
Jeder Einzelne kann etwas ändern (u.a. es kommt auf jeden Einzelnen an, ich kann etwas tun, jeder kann etwas beitragen, Verantwortung übernehmen, jeder Einzelne zählt)	71
Hoffnung / noch nicht zu spät (u.a. es ist noch nicht zu spät, es gibt noch Hoffnung, positiv denken, Wandel ist möglich, Zuversicht behalten)	67
Alle müssen handeln / Klima geht uns alle an (u.a. Gemeinsam schaffen wir es, ich bin nicht allein, Mut haben, packen wir's an, zusammen geht's, alleine nicht, wir müssen an einem Strang ziehen)	60
Klimakommunikation / mehr über das Thema sprechen (u.a. reden hilft, nicht resignieren, sondern darüber reden, Vernetzung, weiter erzählen, Kommunikation ist zentral)	54
Weckruf (u.a. es ist höchste Zeit, wir haben es eilig, die Zeit läuft, Zeit was zu tun, aufstehen, nicht warten, keine Ausreden)	48
Selbstreflexion (u.a. ich bin weniger aktiv und engagiert, als ich dachte, ich möchte zusätzlich etwas tun, immer wieder mein eigenes Handeln hinterfragen)	40
Dranbleiben / Weiter machen (u.a. nicht aufgeben, weiter so, weiterhin handeln, Kopf nicht hängen lassen, dranbleiben, Mut nicht verlieren)	34
Klima statt Kommerz / Politik muss aktiv werden (u.a. Konzerne sind zu mächtig, politisch muss etwas passieren, wir müssen die Politik bewegen, Wandel im System nötig)	30
Hoffnungslos / Es gibt keine Lösung (u.a. alles wird schlimmer, es ist zu spät, sieht schlecht aus, machtlos sein)	16
Lob allgemein (u.a. Danke an das Museum, gelungene Auseinandersetzung mit dem Klimawandel, Danke für die Ausstellung, weiter so, mehr davon)	15

Nachfassbefragung nach dem Ausstellungsbesuch

5 Methodisches Vorgehen Nachfassbefragung

Zielsetzung der Nachfassbefragung:

- aussagekräftige empirische Ergebnisse über **kurzfristige Wirkungen** des Ausstellungsbesuchs, nach **circa 6 Wochen nach dem Ausstellungsbesuch** von „KLIMA_X“
- Inhalte: Publikumsstrukturen, Besuchsmodalitäten wie Besuchsbegleitung und -gründe, Bewertung der Ausstellungs- und Vermittlungsformen sowie Verhaltensänderungen und Sensibilisierung des Publikums

Erhebungsmethode der Nachfassbefragung:

- **Online-Fragebogen** zum Selbstausfüllen nach circa 6 Wochen nach dem jeweiligen Besuch; Versand des Links zum Fragebogen per E-Mail, hierfür wurden die Befragten beim Ausfüllen des Fragebogens der Publikumsbefragung in der Wechselausstellung „KLIMA_X“ um ein Einverständnis zur Kontaktaufnahme und nach ihrer E-Mail-Adresse gefragt
- Fragebogen in Deutsch und **Englisch (2%, 2 Fragebögen)**



Auswahl der Befragten der Nachfassbefragung:

- Alle Teilnehmenden der Publikumsbefragung in der Wechselausstellung „KLIMA_X“, die ihre E-Mail-Adresse beim Ausfüllen des Fragebogens angaben

Zeitraum der Nachfassbefragung:

- 03.02. – 09.10.2023 (= 6 Wochen nach Start der Publikumsbefragung am 13.12.2022)

Anzahl der Befragten:

- 122 Befragte (10% der Teilnehmenden der Publikumsbefragung)

Rücklaufquote:

- **Rücklaufquote** bezogen auf die Anzahl der angegebenen E-Mail-Adressen (**286**): **43%** der Befragten, die eine E-Mail-Adresse angaben, haben an der Nachfassbefragung teilgenommen. Insgesamt haben 1.175 Personen im Zeitraum vom 13.12.2023 – 27.8.2023 an der Publikumsbefragung der Wechselausstellung „KLIMA_X“ teilgenommen, d.h. 24% von diesen haben ihre E-Mail-Adresse angegeben.



Auswertungshinweis:

- Aufgrund der kleineren absoluten Zahl von Befragten in der Nachfassbefragung werden keine Differenzierungen zwischen verschiedenen Fragen erstellt.

6 Struktur der Befragten der Nachfassbefragung

6.1 Soziodemografische und geografische Herkunft (Nachfassbefragung)

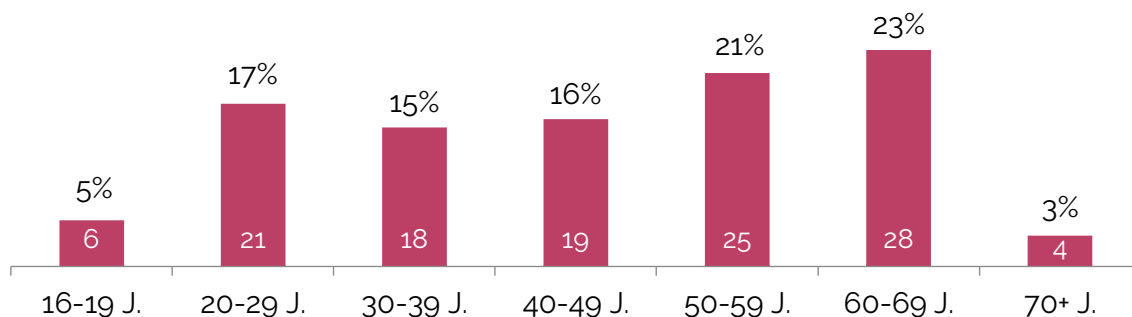


Fragen:

- Ihr Alter?
- Ihr Geschlecht?
- Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?
- Ihr Wohnort?

Abb. 46: Alter der Befragten der Nachfassbefragung

(Frage beantwortet von n=121, in Altersgruppen zusammengefasst, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



✓ Altersdurchschnitt lag bei 46 Jahren



Befragt in der Wechseiausstellung wurde ab 16 Jahren.



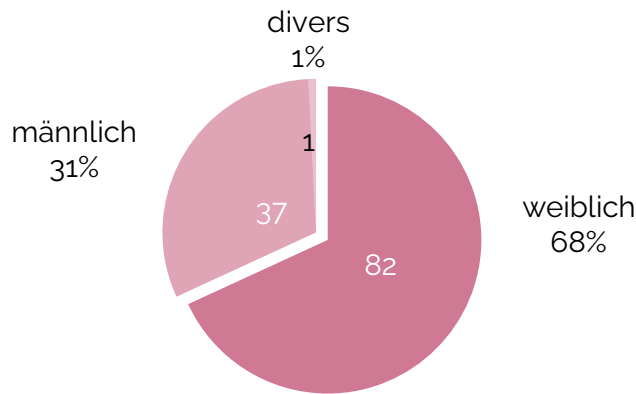
Vergleich Publikumsbefragung in der Ausstellung und Nachfassbefragung:

→ Publikumsbefragung: deutlich jüngeres Publikum; 20-29-Jährige anteilig häufiger vertreten (24%); 60-69-Jährige anteilig seltener vertreten (14%)



Zu beachten bei allen Vergleichen: deutlich unterschiedliche Anzahl von Befragten (1.175 vs. 122 Befragte) und andere Erhebungsmethode

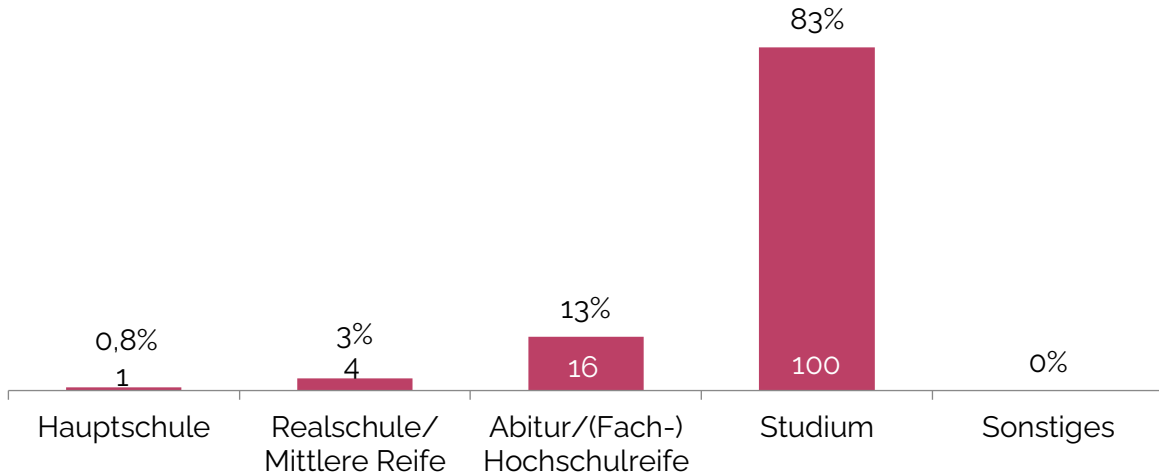
Abb. 47: Geschlechtszugehörigkeit der Befragten
 (Frage beantwortet von n=120, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



Vergleich Publikumsbefragung in der Ausstellung und Nachfassbefragung:

→ Publikumsbefragung in der Ausstellung: anteilig weniger weibliche Befragte (58%)

Abb. 48: Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?
 (Frage beantwortet von n=121, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)

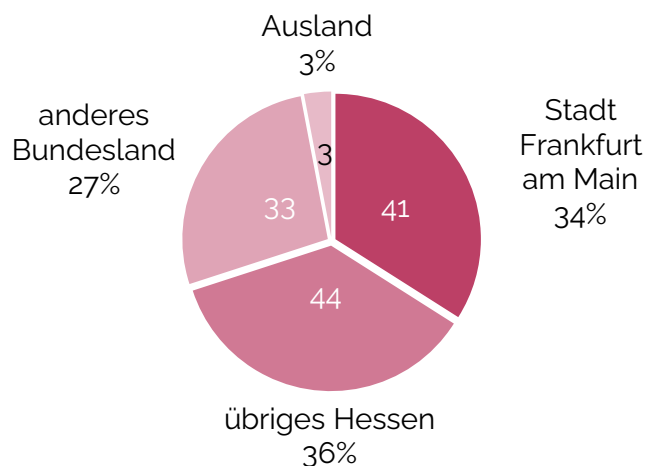


Vergleich Publikumsbefragung in der Ausstellung und Nachfassbefragung:

→ Publikumsbefragung in der Ausstellung: anteilig weniger Befragte mit Studium (74%), dafür mehr Befragte mit Realschule/Mittlere Reife (7%) und Abitur/(Fach-)Hochschulreife (18%)

Abb. 49: Wohnort der Befragten

(Frage beantwortet von n=121, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



Fragebogen in deutscher und englischer Sprache vorhanden.
Auswertung „übriges Hessen, PLZ“ siehe separat zugesandte Excelliste.

Anderes Bundesland, nämlich	Anzahl Nennungen
Nordrhein-Westfalen	9
Baden-Württemberg	7
Rheinland-Pfalz	6
Bayern	3
Berlin	3
Brandenburg	1
Bremen	1
Hamburg	1
Schleswig-Holstein	1
Thüringen	1

Ausland, nämlich	Anzahl Nennungen
Belgien	1
Schweiz	1
Spanien	1



Vergleich Publikumsbefragung in der Ausstellung und Nachfassbefragung:

→ Publikumsbefragung in der Ausstellung: recht ähnliche Verteilung (Stadt Frankfurt 37%, übriges Hessen 31%, andere Bundesländer 27%)

6.2 Klimabewusstsein und fachlicher Bezug (Nachfassbefragung)

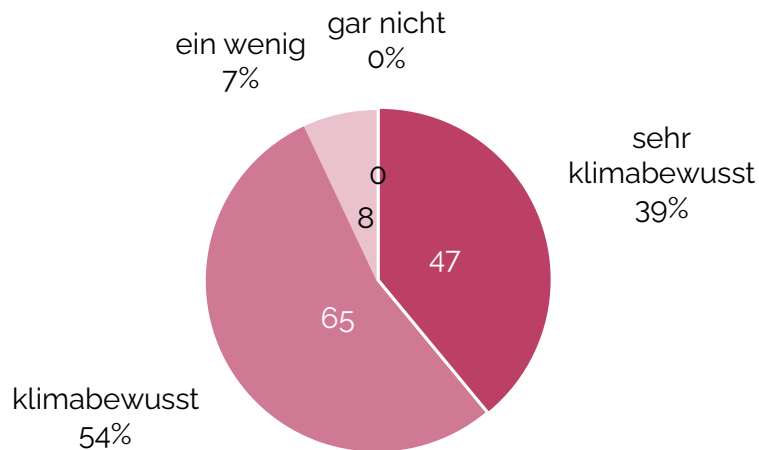


Fragen:

- Was würden Ihre Angehörigen und Freunde über Sie sagen: Wie klimabewusst sind Sie?
- Haben Sie einen fachlichen Bezug (beruflich/privat) zum Thema Umwelt/Klimawandel/Klimakrise?

Abb. 50: Was würden Ihre Angehörigen und Freunde über Sie sagen: Wie klimabewusst sind Sie?

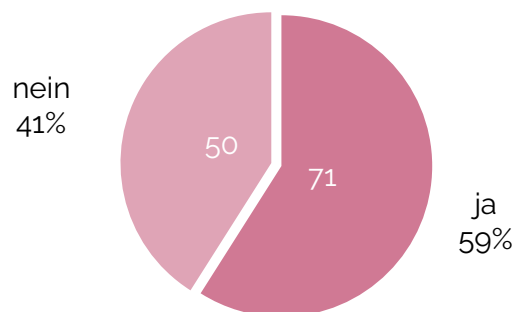
(Frage beantwortet von n=120, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



Antwortoption „weiß nicht“ wurde rausgerechnet

Abb. 51: Haben Sie einen fachlichen Bezug (beruflich/privat) zum Thema Umwelt/Klimawandel/Klimakrise?

(Frage beantwortet von n=121, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



Ja, nämlich	Anzahl Nennungen
NGO / e.V. / Ehrenamt / Aktivist:in	17
Pädagogik / soziale Arbeit / Lehrer:in	12
Studium / Forschung / Ausbildung	11
Stadtplanung / Infrastruktur / Transportwesen	5
Nachhaltigkeit in Unternehmen	3
Umweltbildung / -psychologie / -amt	3
Musealer Kontext	2
Politik / -wissenschaften	2
Biologen	1
Fahrradfachhandel	1
Finanzwesen	1
Fischverkauf	1
Hobbyimker	1
Humangeographie	1
IG Metall-Sekretär	1
Jurist:in	1
Klimarisiken Bankenaufsicht	1
Klimarisikoversicherungssektor	1
Lifestyle: Ernährung / Zero Waste	1
Meteorolog:in	1
Umwelttechnik	1
Unternehmensberatung	1
Wissenschaftsjournalismus	1
WMA Citizen Science	1

→ alle wortwörtlichen Einzelnennungen siehe separat zugesandte Exceltabelle



Vergleich Publikumsbefragung in der Ausstellung und Nachfassbefragung:

→ Publikumsbefragung in der Ausstellung: deutlich niedrigerer Anteil der Befragten mit fachlichem Bezug (38% gegenüber hier 59%) und entsprechend höherer Anteil ohne fachlichen Bezug (62%)

7 Museumsbesuch (Nachfassbefragung)

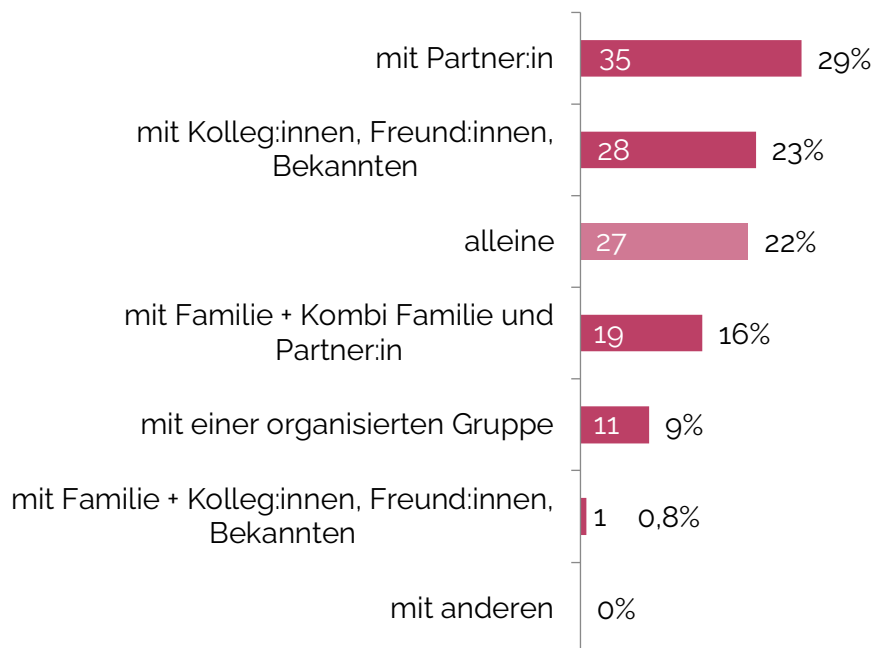
7.1 Begleitung (Nachfassbefragung)



Frage:

- Haben Sie die Ausstellung "KLIMA_X" in Begleitung besucht?

Abb. 52: Haben Sie die Ausstellung "KLIMA_X" in Begleitung besucht?
(Frage beantwortet von n=121, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



Antwortoption „weiß ich nicht mehr“ wurde rausgerechnet



Vergleich Publikumsbefragung in der Ausstellung und Nachfassbefragung:

- Publikumsbefragung in der Ausstellung: anteilig mehr Befragte in Begleitung der Familie + Kombi Familie und Partner:in (27%), sonst recht ähnliche Verteilung

7.2 Hauptbesuchsgrund (Nachfassbefragung)

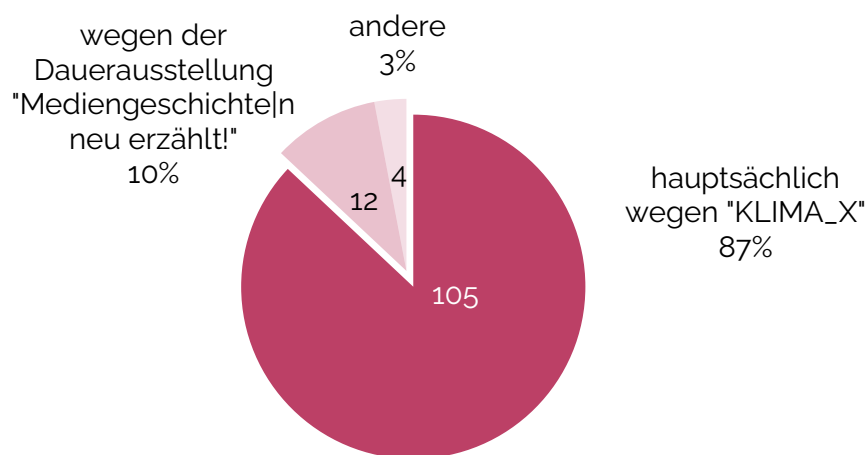


Frage:

- Waren Sie hauptsächlich wegen der "KLIMA_X" Ausstellung oder der Dauerausstellung "Mediengeschichte|n neu erzählt!" gekommen?

Abb. 53: Waren Sie hauptsächlich wegen "KLIMA_X" oder der Dauerausstellung "Mediengeschichte|n neu erzählt!" gekommen?

(Frage beantwortet von n=121, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



Andere Besuchsgründe	Anzahl Nennungen
Andere Ausstellung im Haus	4

7.3 Erste Ausstellungserinnerung (Nachfassbefragung)



Frage:

- Welche Ausstellungsstücke/ -bereiche kommen Ihnen als Erstes in den Sinn, wenn Sie an Ihren Besuch der "KLIMA_X" Ausstellung denken? (Bitte nennen Sie bis zu drei Ausstellungsstücke/ -bereiche, an die Sie sich als Erstes erinnern)

Erläuterung zur Art der Auswertung: Die folgende Frage wurde ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten gestellt, d.h. als offene Frage. Die Eintragungen der Befragten wurden in der Auswertung **Kategorien zugeordnet** und in **absoluten Zahlen** ausgezählt. Nennungen, die nicht zuzuordnen waren, werden nicht aufgeführt.

Tab. 4: Welche Ausstellungsstücke/ -bereiche kommen Ihnen als Erstes in den Sinn, wenn Sie an Ihren Besuch der "KLIMA_X" Ausstellung denken?
(Frage beantwortet von n=120)

Kategorie	Anzahl Nennungen
Emotionen zur Klimakrise (u.a. Klimatiere, Klimaemotionen, Klimagefühle, Emotionen Kreis, emotionaler Bereich)	74
Klimakommunikation (u.a. Ausreden-Glücksrad, Klimakampagnen, Spiegel Cover, Exxon-Kampagne, Ölkatastrophe, Lobbyismus, Rede Greta Thunberg, Eisbär, Zeitstrahl)	59
Klimafakten (u.a. Raum mit Klimafakten, CO2 Gewichte, Kippunkte, Live-Count-down 1,5 Grad)	47
Geschichten aus dem Jahr 2045 (u.a. Anruf in die Zukunft, Telefone, Gespräche mit der Zukunft)	39
Begegnung mit den Klimapionier:innen	48
Gamechanger	15
Medienstation Fliegen	11

Eingangsbereich	9
Machbar	7
Interaktive Stationen	4
Geschichtenwand	4
Klimakrise: Welche Geschichte können Sie nicht mehr / wollen Sie hören?	3
„Was wäre, wenn wir nicht scheitern?“	3
Lösungsmöglichkeiten	2
Positive Ausrichtung der Ausstellung	2
Sitzgelegenheiten	2
Aufbau der Ausstellung	1
Ernsthaftigkeit	1
Informative Ausstellung	1
Thementafeln	1
Vom Katastrophismus zum lösungsorientierten Journalismus	1

→ alle wortwörtlichen Einzelnennungen siehe separat zugesandte Exceltabelle

8 Bewertung der Ausstellung (Nachfassbefragung)

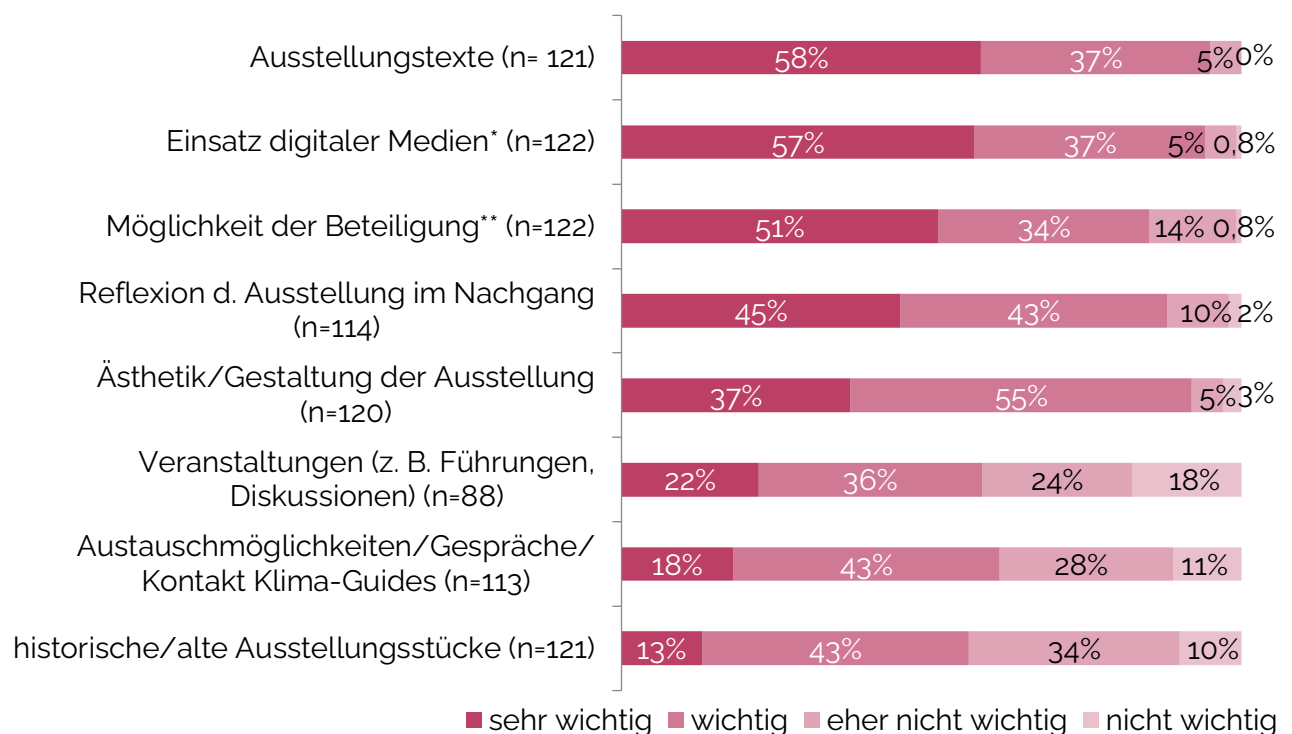
8.1 Bewertung Ausstellungs- und Vermittlungsangebote (Nachfassbefragung)



Frage:

- Wie wichtig waren Ihnen folgende Aspekte in der "KLIMA_X" Ausstellung?

Abb. 54: Wie wichtig waren Ihnen folgende Aspekte in der "KLIMA_X" Ausstellung? (sortiert nach Antwort „sehr wichtig“)



Absolute Anzahlen Bewertung einzelner Aspekte	sehr wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	nicht wichtig
Ausstellungstexte (n=121)	70	45	6	0
Einsatz digitaler Medien* (n=122)	70	45	6	1
Möglichkeit der Beteiligung** (n=122)	62	42	17	1
Reflexion d. Ausstellung im Nachgang (n=114)	51	49	12	2
Ästhetik/Gestaltung der Ausstellung (n=120)	45	66	6	3
Veranstaltungen (z. B. Führungen, Diskussionen) (n=88)	19	32	21	16
Austauschmöglichkeiten/Gespräche/Kontakt Klima-Guides (n=113)	20	48	32	13
historische/alte Ausstellungsstücke (n=121)	16	52	41	12

Im Fragebogen abgefragt:

*Einsatz digitaler Medien (Touchscreens, Video-/Hörstationen, z. B. Begegnung mit den Klimapionier:innen, Anruf in die Zukunft, Klima-Emotionstest, Ausreden-Glücksrad)

**Möglichkeit der Beteiligung (z.B. Kreidetafeln, Buttons, "Welche Geschichten möchten Sie hören")

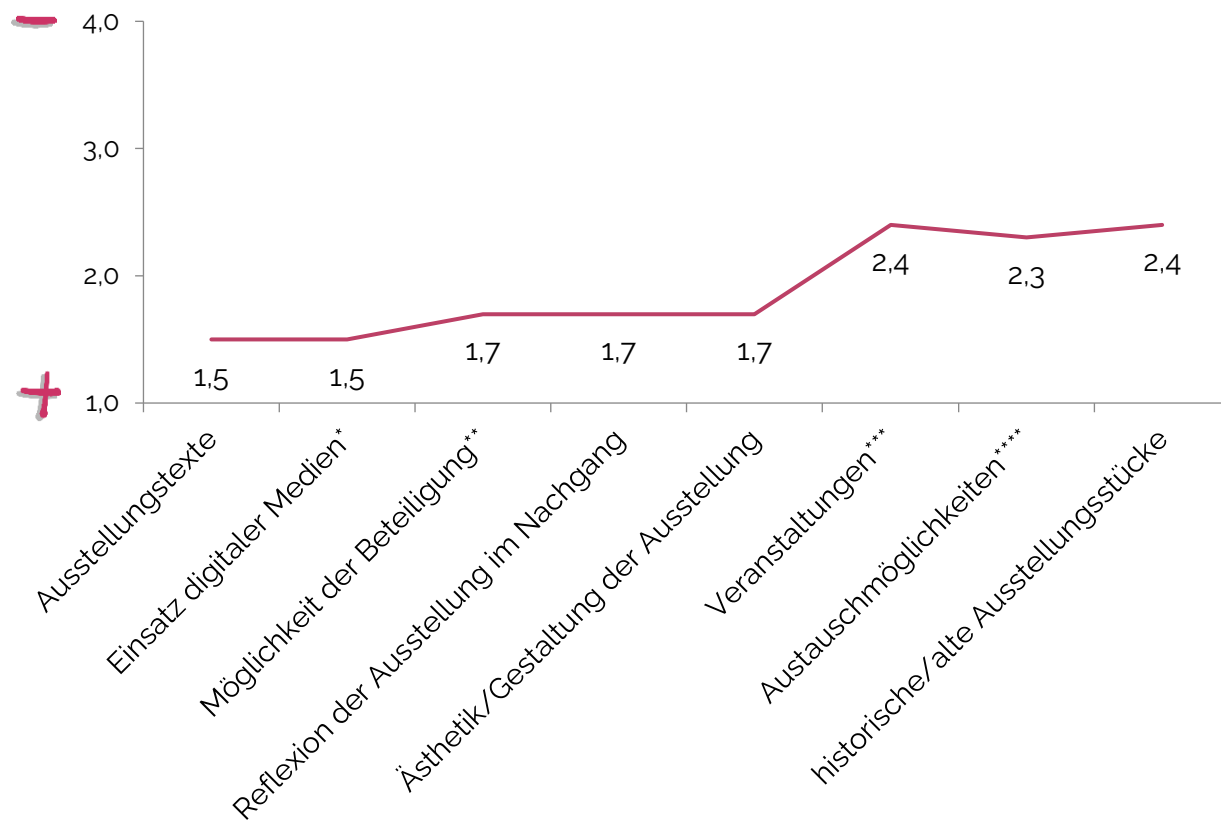


n= unterschiedlich, da nicht alle Aspekte von allen Befragten beurteilt. Antwortoption „weiß nicht“ wurde rausgerechnet.

Es werden unterschiedliche Aspekte bewertet, die nicht 1:1 gegenübergestellt werden können.

Sonstige wichtige Aspekte der Ausstellung (wörtliche Einzelnennungen)	Anzahl Nennungen
Begleitung durch die Ausstellung durch das Personal	1
der Titel der Ausstellung	1
Marktplatz	1
naja, es waren ja recht wenige Exponate vorhanden	1
Themenschwerpunkt "Wie gelingt die Transformation"	1

Abb. 55: Mittelwerte Beurteilung Ausstellungs- und Vermittlungsangebote
 (Mittelwertvergleich, 1=sehr wichtig, 2=eher wichtig, 3=eher nicht wichtig, 4= nicht wichtig, sortiert nach Antwort „sehr wichtig“ wie in voranstehender Abb.)



Im Fragebogen abgefragt:

*Einsatz digitaler Medien (Touchscreens, Video-/Hörstationen, z. B. Begegnung mit den Klimapionier:innen, Anruf in die Zukunft, Klima-Emotionstest, Ausreden-Glücksrad)

**Möglichkeit der Beteiligung (z.B. Kreidetafeln, Buttons, "Welche Geschichten möchten Sie hören")

***Veranstaltungen (z. B. Führungen, Diskussionen)

****Austauschmöglichkeiten/Gespräche/Kontakt Klima-Guides

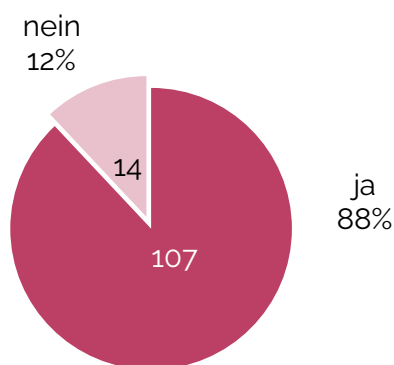
8.2 Weiterempfehlung (Nachfassbefragung)



Frage:

- Haben Sie die "KLIMA_X" Ausstellung weiterempfohlen?

Abb. 56: Haben Sie die "KLIMA_X" Ausstellung weiterempfohlen?
(Frage beantwortet von n=121, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



Ja, weil	Anzahl Nennungen
allgemein gelungene Ausstellung	32
um selbst zu handeln / andere inspirieren zu handeln	20
ansprechende Gestaltung / gelungenes Konzept	17
informativ / interessante Ausstellung	16
wichtige Thematik	14
Zugang zum Thema	6
Klimakommunikation	4
Interaktion	4
in Frankfurt	1

Nein, weil	Anzahl Nennungen
Keine Gelegenheit	3
Nicht aus Frankfurt	3
Ende der Ausstellungszeit	2
Zu oberflächlich/ nichts für Besuchende mit Vorwissen	2
Nicht daran gedacht	1
Zu überfordernd	1

9 Verhaltensänderungen und Sensibilisierung (Nachfassbefragung)

9.1 Anregungen zum Nachdenken durch einzelne Bereiche (Nachfassbefragung)

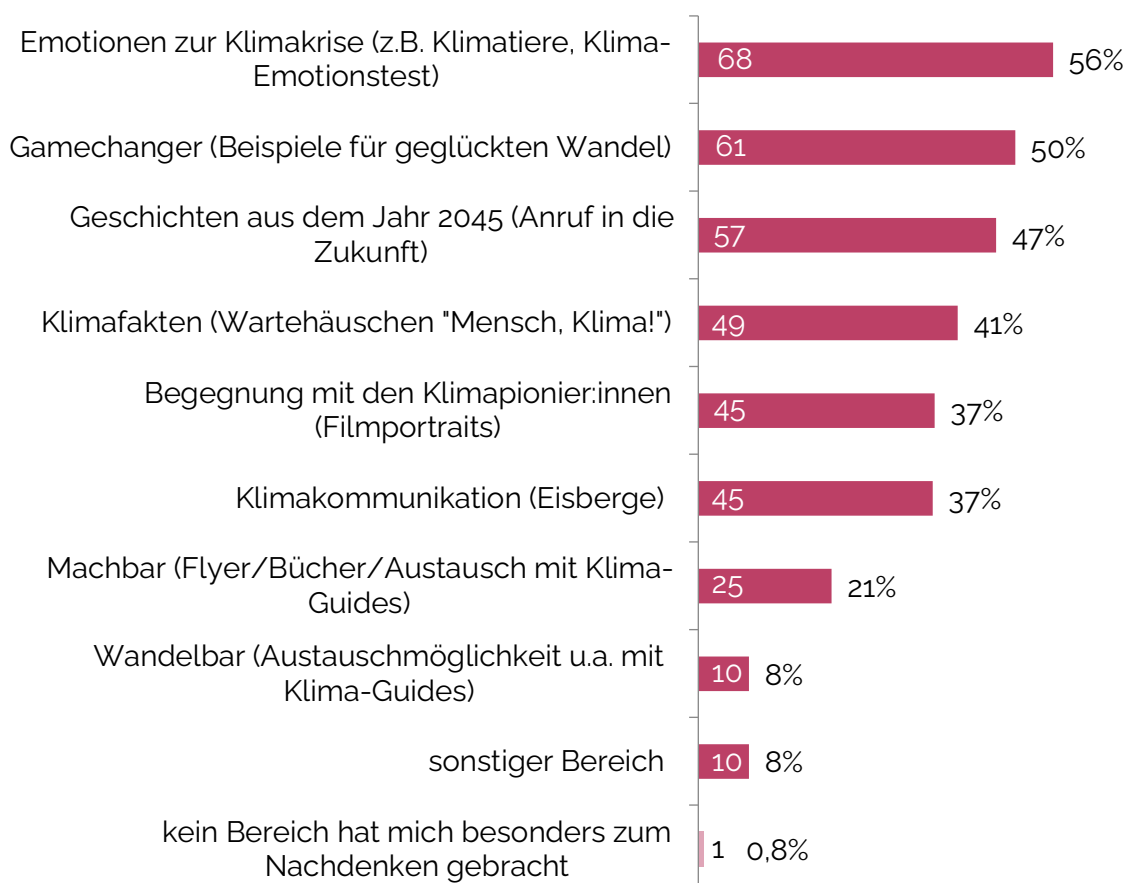


Frage:

- Welcher Bereich in der "KLIMA_X" Ausstellung hat Sie besonders zum Nachdenken gebracht?

Abb. 57: Welcher Bereich in der "KLIMA_X" Ausstellung hat Sie besonders zum Nachdenken gebracht?

(Frage beantwortet von n=121, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt, Mehrfachnennungen möglich)



Sonstige Bereiche (wörtliche Einzelnennungen)
Ausreden Drehrad
Historische Zeitschiene
Karikaturen mit Ausreden (Glücksrad)
Klimaausreden
Projektion der Erde mit eindringlichem Spruch
Rechtsanwältin Roda Verheyen, Klimaklage
Rede von Greta
Geschichte der Umweltpolitik
Vergleich mit deutschen Städten und wärmeren europäischen Gebieten bzw. wie die Temperaturen sich in Deutschland verändern werden
Zeittafel. Vor allem der kleine Zeitungsausschnitt von 1912 im "Popular Mechanics" in dem bereits auf den Klimaerwärmungseffekt von Kohleverbrennung hingewiesen wurde. Wenn es auch hieß, dass der Effekt in ein paar Jahrhunderten (erst) zum Tragen kommen könnte. Schade, dass sie nicht recht behielten und uns dieser Effekt schon so viel früher zum Verhängnis wird.

9.2 Handlungsimpulse und Veränderungen im Alltag (Nachfassbefragung)

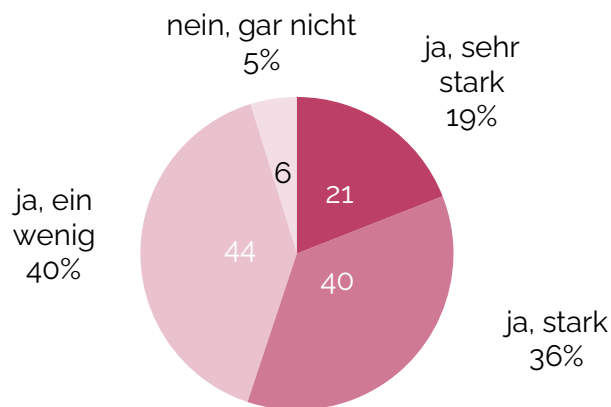


Fragen:

- Hat der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" Sie zum Handeln angeregt?
- Hat der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" konkrete Änderungen in Ihrem Alltag bewirkt?

Abb. 58: Hat der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" Sie zum Handeln angeregt?

(Frage beantwortet von n=111, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ wurde rausgerechnet

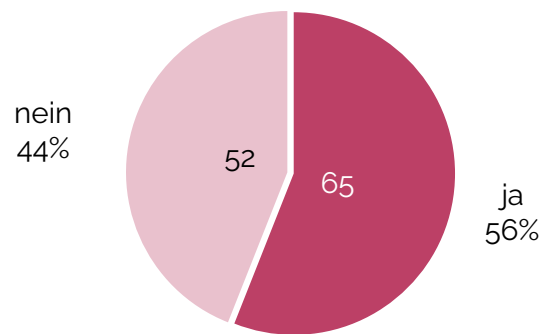


Vergleich Publikumsbefragung in der Ausstellung und Nachfassbefragung:

→ Publikumsbefragung in der Ausstellung (Frage: Regt die Ausstellung KLIMA_X Sie zum Handeln an?): anteilig etwas weniger Befragte mit „ja, sehr stark“ beantwortet (17%), anteilig etwas mehr Befragte gaben „ja, stark“ an (39%), das heißt recht ähnliche Verteilung

Abb. 59: Hat der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" konkrete Änderungen in Ihrem Alltag bewirkt?

(Frage beantwortet von n=117, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



Ja, nämlich	Anzahl Nennungen
Konsumverhalten	33
- darunter: Energie / Wohnen / Haushalt	6
- darunter: (Flug-)Reisen	6
- darunter: Lebensmittel/Ernährung	6
- darunter: Wahl des Transportmittels	6
- darunter: Plastik- / Verpackungsmüll minimieren	5
- darunter: Begrünung	1
- darunter: eigene CO2 Reduktion	1
- darunter: mehr Bio kaufen	1
- darunter: nachhaltigere Technik	1
Klimakommunikation	16
- darunter: Kommunikation über das Thema mit Freunden/Familie	10
- darunter: Kommunikation über das Thema in sozialen Medien	2
- darunter: Sensibilisierung anderer	2
- darunter: aktive Klimaschutz Kommunikation	1

- darunter: berufliche Fokussierung	1
Aktivismus	8
mehr Selbstreflexion / Bewusstsein	8
Bericht über die Ausstellung geschrieben	1
Erinnerung zum Handeln	1
Fokus auf (Klima-)Emotionen	1
Hoffnung nicht aufgeben	1
Kritischer gegenüber Parteien/Protestbewegungen	1

Nein, weil	Anzahl Nennungen
Ich schon aktiv bin (u.a. bereits engagiert, versuche klimabewusst zu leben, vorher schon informiert gewesen, tue, was ich kann)	45
Sich das System/ die Politik ändern muss	2
Keine Alternative (Autofahren im ländlichen Raum)	1

9.3 Thematische Auseinandersetzung und Wege der Auseinandersetzung (Nachfassbefragung)



Fragen:

- Hat der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" Sie dazu angeregt, sich mehr mit dem Thema zu beschäftigen?
- Folgendes habe ich gewählt, um mich näher mit dem Thema Klima/Umwelt zu beschäftigen:

Abb. 60: Hat der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" Sie dazu angeregt, sich mehr mit dem Thema zu beschäftigen?

(Frage beantwortet von n=121, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)

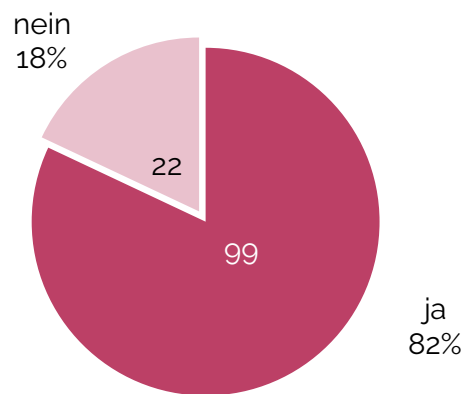
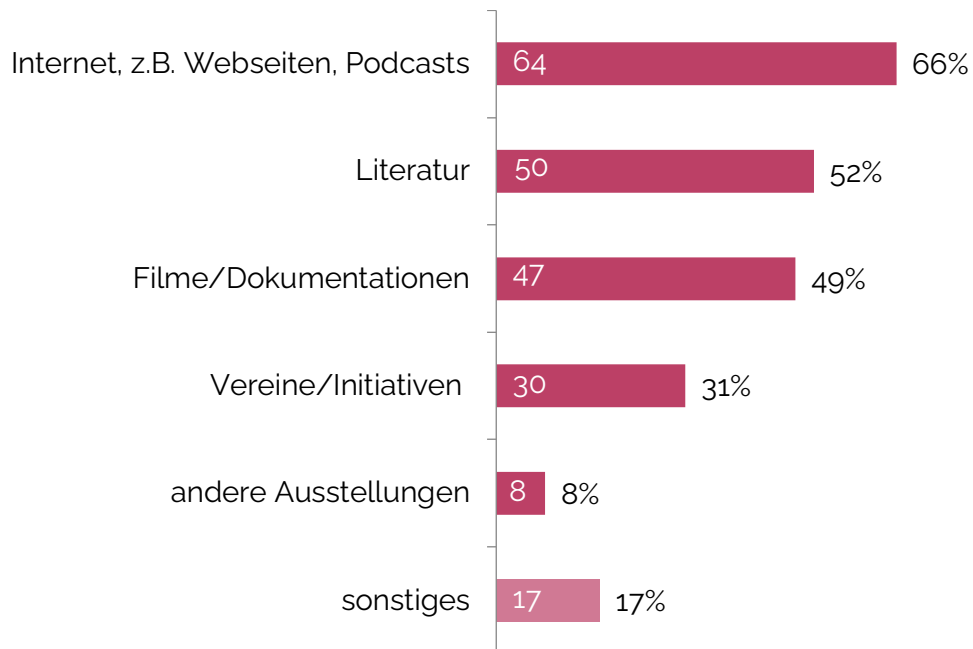


Abb. 61: Folgendes habe ich gewählt, um mich näher mit dem Thema Klima/Umwelt zu beschäftigen:

(Frage beantwortet von n=97, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt, Mehrfachnennungen möglich)



Die Frage wurde nur von Besuchenden beantwortet, die zuvor angaben, dass der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" Sie dazu angeregt hat, sich mehr mit dem Thema zu beschäftigen.

Andere Ausstellungen, nämlich	Anzahl Nennungen
Senckenberg Museum	4
Ausstellungen mit Fokus: Tier-Mensch-Beziehungen in Berlin	1
BuGa	1
Klimaforum Kiel	1

Sonstiges	Anzahl Nennungen
Austausch mit anderen	6
Da ich mich schon viele Jahre mit dem Thema beschäftige, ist es schwierig, dazu eine Aussage zu treffen	1
Demos	1
eigene Ausstellung optimieren	1
eigene Kommunikationsstrategie	1
Instagram Influencer:innen	1
IPCC-Bericht	1
Klimathemen in den Nachrichten wieder mehr verfolgen	1
Mitgliedschaft bei den Grünen	1
Studium	1

9.4 Klimadialog und Glaube an Veränderung (Nachfassbefragung)



Fragen:

- Haben Sie nach dem Besuch der "KLIMA_X" Ausstellung häufiger mit anderen Menschen über den Klimawandel gesprochen?
- Glauben Sie stärker als vor Ihrem Besuch der "KLIMA_X" Ausstellung, dass Veränderung im Bereich Klima/Umwelt möglich ist?

Abb. 62: Haben Sie nach dem Besuch der "KLIMA_X" Ausstellung häufiger mit anderen Menschen über den Klimawandel gesprochen?

(Frage beantwortet von n=121, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)

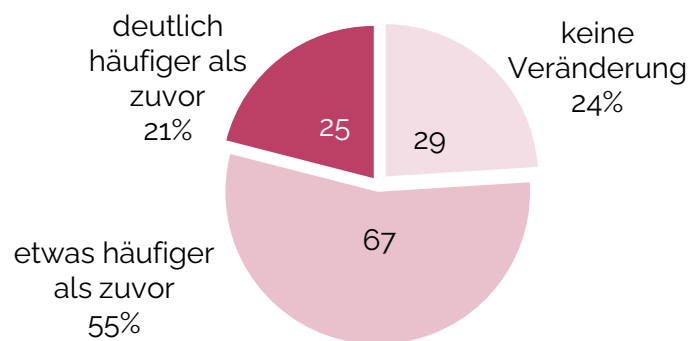
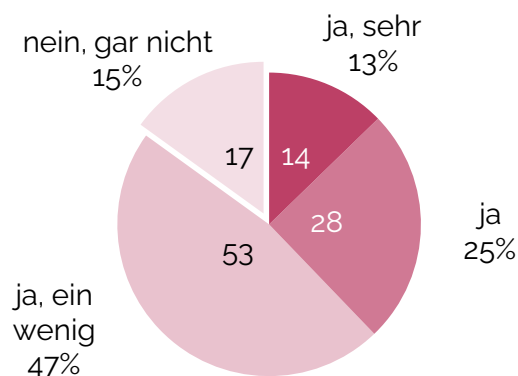


Abb. 63: Glauben Sie stärker als vor Ihrem Besuch der "KLIMA_X" Ausstellung, dass Veränderung im Bereich Klima/Umwelt möglich ist?

(Frage beantwortet von n=112, zusätzlich absolute Anzahl dargestellt)



Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ wurde rausgerechnet

10 Offene Anmerkungen (Nachfassbefragung)



Frage:

- Gibt es noch etwas, was Sie uns mitteilen möchten?



Tab. 5: Gibt es noch etwas, was Sie uns mitteilen möchten?

(Antworten von 53 Befragten)

Kategorie	Anzahl Nennungen
Wünsche / Anregungen	26
- darunter: mehr Ausstellungen / Wanderausstellungen dieser Art	10
- darunter: Wege finden mehr Menschen zu erreichen	7
- darunter: fehlendes Netzwerk der Klimausstellungen	2
- darunter: fehlender Katalog	2
- darunter: Aufbau / Anordnung	1
- darunter: Audioguide / Laufzettel	1
- darunter: Führung für Besuchende mit intensiverem Fachwissen	1
- darunter: mehr Kommunikation mit Klimaguides / anderen Besuchenden	1
- darunter: mehr Sitzmöglichkeiten	1
Lob allgemein (u.a. Danke, ganz tolle Ausstellung, weiter so, hervorragend, fantastische Ausstellung, alles war sehr gut)	15
- darunter: Lob Personal / Klima-Guides	2
fehlende Inhalte (u.a. Ernährung, Lösungsansätze, soziale (Un-)Gerechtigkeit)	6

gelungenes Konzept inkl. Interaktiver Elemente	6
Beitrag zum Klimadiskurs	5
Weiterempfehlung	3
anstrengender Ausstellungsbesuch	2
emotionale Überwältigung	2
unbefriedigte Erwartungen	2
zu oberflächlich	2
gelungene Interaktionen	1
Inspiration für die Jobsuche	1
neue Begeisterung für das Thema	1
regt zum Handeln an	1

→ alle wortwörtlichen Einzelnennungen siehe separat zugesandte Exceltabelle

11 Zusammenfassung Publikumsbefragung vor Ort in der Ausstellung KLIMA_X (inkl. Fokus auf „Klima-Expert:innen vs. Klimalai:innen“)

1. Methode: Befragte und Zeitraum

Online-Fragebogen zum Selbstausfüllen mit dem eigenen Smartphone oder gestellten Tablets am Ende des Besuchs.

Auswahl und Ansprache durch Museumspersonal.

Fragebogen in **Deutsch und Englisch**.

Insgesamt: **1.175** Befragte.

Zeitraum der Befragung: 13.12.2022 – 27.08.2023.

2. Strukturdaten der Befragten

2.1 Soziodemografische Angaben

Altersdurchschnitt:

Insgesamt 43 Jahre. Die Altersgruppe der 20-29-Jährigen war am stärksten vertreten (befragt ab 16 Jahren).

Geschlechtszugehörigkeit:

58% weiblich, 40% männlich, 2% divers

Höchster (angestrebter) Bildungsabschluss:

Deutlich höchster Anteil mit Studium (74%).

Nach Altersgruppen unterschieden:

Unter den Befragten mit Studium waren etwas häufiger jüngere und mittlere Altersgruppen zwischen 20-49 Jahren, wobei dieser Anteil mit dem Alter leicht abnimmt. Gleichzeitig steigt der Anteil der Personen mit Hauptschulabschluss/ Mittlere Reife mit dem Alter an. In allen Altersgruppen ab 20 Jahre sind aber Studienabschlüsse dominant.

Wohnort:

37% aus der Stadt Frankfurt am Main, 31% übriges Hessen, 27% anderes Bundesland, 5% Ausland

2.2 Museumsaffinität, Klimawissen und fachlicher Bezug

Jährliche Besuchshäufigkeit in Museen:

48% der Besucher:innen gehen allgemein 2- bis 4-mal im Jahr in Museen, 12% maximal 1-mal jährlich (=seltene Museumsbesucher:innen). Der Anteil an Befragten, die 5- bis 9-mal jährlich Museen besuchen liegt bei 24%, 10-mal und öfter gehen 16% - zusammengezählt sind damit 40% als sehr museumsaffin einzuordnen.

Selbst eingeschätztes Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise:

Anteilig viele Befragte mit sehr hohem selbst eingeschätztem Wissen (19%) und vor allem hohem Wissen (63%). Insgesamt 18% gaben an, weniger hohes oder gar kein hohes Wissen über den Klimawandel zu haben.

Nach Geschlechtszugehörigkeit unterschieden:

Männer gaben im Vergleich zu Frauen einen leicht höheren Anteil an sehr hohem Wissen über dieses Thema an (23% gegenüber 16% bei Frauen).

Nach Bildungsabschluss unterschieden:

Befragte mit einem Studium sagten anteilig häufiger aus, über sehr hohes Wissen zum Thema Klimawandel/Klimakrise zu verfügen als diejenigen mit formal niedrigeren Abschlüssen.

Fachlicher Bezug (privat/beruflich) zum Thema Umwelt/Klimawandel/-krise:

Die Mehrheit der Befragten gab an, keinen fachlichen Bezug zum Ausstellungsthema zu haben (62% gegenüber 38% mit fachlichem Bezug). Mit fachlichem Bezug zum Thema u.a. Studium/Forschung/Ausbildung, Pädagogik/soziale Arbeit/Lehrer:in, NGO/e.V./ Ehrenamt/Aktivist:in (offene Antworten ohne Antwortvorgaben).

Nach Bildungsabschluss unterschieden:

Der Anteil der Befragten mit fachlichem Bezug (privat/beruflich) steigt mit der formalen Höhe des Bildungsabschlusses an.

Nach Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise unterschieden:

Je höher das selbst eingeschätzte Wissensniveau über den Klimawandel/die Klimakrise, desto eher besteht ein fachlicher Bezug zum Thema (63% derjenigen mit sehr hohem Wissen im Vergleich zum Gesamtschnitt von 38%).

3. Museumsbesuch

3.1 Erst- und Wiederholungsbesuch im Museum

Erst- und Wiederholungsbesuch im Museum für Kommunikation Frankfurt:

Die Hälfte der Befragten waren Erstbesucher:innen (50%).

12% waren zum zweiten Mal im Haus, 18% schon 2-4-mal und 20% schon mehr als 4-mal.

Nach Altersgruppen unterschieden:

Unter den Erstbesucher:innen des MfK Frankfurt waren deutlich häufiger jüngere Besucher:innen bis 39 Jahre. Mehr als vier Besuche gaben insbesondere ältere Befragte ab 50 Jahren (36% dieser Altersgruppe) und Personen über 60 Jahren (26%) an.

Nach Wohnort unterschieden:

Mit zunehmender Entfernung nahm erwartungsgemäß der Anteil von Erstbesucher:innen zu. Somit waren Besucher:innen aus Frankfurt und dem übrigen Hessen eher Wiederholungsbesucher:innen (noch 34% derjenigen aus Frankfurt waren Erstbesucher:innen).

Nach allgemeiner Museumsbesuchshäufigkeit unterschieden:

Allgemein seltene Museumsgänger:innen (max. ein jährlicher Museumsbesuch) waren eher Erstbesucher:innen im Museum für Kommunikation Frankfurt (70%), im Vergleich zu den allgemein intensiveren Museumsgänger:innen, die häufiger Wiederholungsbesucher:innen des MfK sind (nur noch 33% derjenigen mit generell mind. 10 jährlichen Museumsbesuchen waren Erstbesucher:innen im MfK).

3.2 Aufmerksamkeit

Wege der Aufmerksamkeit auf die KLIMA_X Ausstellung

Meistgenannt wurde:

Empfehlung von Bekannten/Verwandten (31%), gefolgt von Internet (Social Media/Webseite des Museums) (25%), Medien (TV, Radio, Zeitung) (18%), Außenwerbung/Plakate (15%).

Weniger häufig genannt:

frühere Besuche (6%), über Kooperationspartner:innen (3%).

Nach Altersgruppen unterschieden:

Die Aufmerksamkeit über Empfehlung von Bekannten/Verwandten war insgesamt die häufigste Nennung, noch mehr in jüngeren Altersgruppen bis 39 Jahre. Einen Alterszusammenhang gab es vor allem bei der Aufmerksamkeit über Medien (TV, Radio, Zeitung), welche insgesamt mit dem Alter anstieg.

Nach Wohnort unterschieden:

Empfehlungen waren unabhängig vom Wohnort die häufigste Nennung. Außenwerbung und Plakate sind für Befragte aus Frankfurt am Main etwas wichtiger als für Besuchende aus dem übrigen Hessen oder aus anderen Bundesländern. Die Aufmerksamkeit über das Internet (Social Media/Webseite des Museums) spielt demgegenüber mit der zunehmenden Entfernung des Wohnortes eine größere Rolle.

Nach Erst- und Wiederholungsbesuch unterschieden:

Medien (TV, Radio, Zeitung) wurden deutlich am häufigsten als Quelle der Aufmerksamkeit von Besuchenden genannt, die mehr als 4-mal zuvor im Museum für Kommunikation Frankfurt waren.

3.3 Begleitung, Aufenthaltszeit und Materialmitnahme Machbar

Begleitung:

Am häufigsten kamen die Befragten mit der Familie (28%) und mit Partner:in (27%), gefolgt von Kolleg:innen/Freund:innen/Bekannten (22%) und zu 17% auch ohne Begleitung.

Aufenthaltsdauer in der KLIMA_X Ausstellung:

Bis ½ Stunde hielten sich lediglich 6% der Befragten in der Ausstellung auf. Deutlich häufiger waren die Besuchenden ½-1 Stunde (24%), 1-2 Stunden (47%) oder 2-3 Stunden (19%) in der Ausstellung. Noch 4% waren mehr als 3 Stunden dort.

Materialmitnahme aus der Machbar:

Gut die Hälfte der Befragten gab an, etwas aus der Machbar mitgenommen zu haben (54%).

Nach Altersgruppen unterschieden:

Tendenziell gaben etwas häufiger Befragte der Altersgruppe der bis 19-Jährigen (63%) und 40-49-Jährigen (60%) an, etwas aus der Machbar mitgenommen zu haben. Sonst gibt es wenig Unterschiede, wer etwas aus der Machbar mitgenommen hat, nach den erhobenen Merkmalen.

3.4 Besuchsmotive

Hauptmotive des heutigen Besuchs:

Am häufigsten genannt wurde das Besuchsmotiv: Interesse an Umwelt-/Klimathemen (67%), gefolgt von allgemeines Interesse am Museum für Kommunikation (44%), gemeinsame Unternehmung (31%), neue Ausstellungen sind sehenswert (25%). Die übrigen vier abgefragten Motive liegen unter 12%.

Nach Altersgruppen unterschieden:

In allen Altersgruppen ist das Interesse an Umwelt-/Klimathemen Hauptmotiv für den Museumsbesuch. Dies steigt mit dem Alter noch etwas an. Jüngere und mittlere Altersgruppen bis 49 Jahre besuchen das MfK häufiger als Ältere aufgrund ihres allgemeinen Interesses am MfK und der Möglichkeit zur gemeinsamen Unternehmung. Unterhaltung/Spaß wird anteilig eher von jüngeren Befragten genannt, dies nimmt mit dem Alter ab.

Motiv Interesse an Umwelt-/Klimathemen nach selbst eingeschätztem Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise unterschieden:

Je höher das selbst eingeschätzte Wissensniveau über den Klimawandel/die Klimakrise, desto eher gaben Besucher:innen an, aus Interesse an Umwelt-/Klimathemen gekommen zu sein.

Motiv Interesse an Umwelt-/Klimathemen nach Erst- und Wiederholungsbesuch unterschieden:

Das Interesse an Umwelt-/Klimathemen als Hauptbesuchsmotiv gaben häufiger Wiederholungsbesuchende an, die bereits 2-mal oder öfter im MfK waren (73-76%), im Vergleich zu Erstbesuchenden (63%) und denen, die bereits 1-mal zuvor dort waren (63%).

4. Bewertung der Ausstellung

4.1 Gesamturteil

Gesamturteil der KLIMA_X Ausstellung:

Notendurchschnitt 2,0. 42% bewerteten mit sehr gut, 39% gut, 6% befriedigend, 3% ausreichend, 5% mangelhaft und 5% ungenügend.

Nach Altersgruppen unterschieden:

Die Gesamturteile fallen in mittleren und älteren Altersgruppen ab 40 Jahren noch häufiger mit sehr gut aus, während die jüngeren Altersgruppen 20 bis 39 Jahre öfter mit gut bewerten und auch höhere Anteile an kritischeren Bewertungen zeigen.

Nach Aufenthaltsdauer unterschieden:

Mit zunehmender Aufenthaltsdauer vergaben die Besucher:innen häufiger die Gesamtbewertung „sehr gut“ für die KLIMA_X Ausstellung.

4.2 Beurteilung einzelner Aspekte

Beurteilung einzelner Aspekte (es wurden unterschiedliche Aspekte bewertet, die nicht 1:1 gegenübergestellt werden können):

Besonders gut bewertet wurde:

- die Verständlichkeit der Informationstexte (Ø Schulnote 1,6)
- die Interaktion in der Ausstellung (Ø 1,7)
- die Möglichkeit der Beteiligung (Ø 1,7)
- der Medieneinsatz (Ø 1,7)

Im Vergleich etwas schlechter beurteilt wurden:

- die Geschichten aus dem Jahr 2045 (Ø 1,8)
- die Filmportraits (Ø 1,8)
- die Gespräche mit den Klimaguides (Ø 1,8)
- der Aufbau/die Gliederung der Ausstellung (Ø 1,8)
- das Beispiel für geglückten Wandel (Ø 2,0)
- die Klimatiere (Ø 2,0)
- die Länge der Beschriftungen (Ø 2,0)

Beurteilung der Länge der Beschriftungen nach selbst eingeschätztem Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise unterschieden:

Personen mit höherem Wissen bewerteten die Länge der Beschriftungen positiver, während Menschen mit geringerem Wissen deutlich kritischer waren.

Beurteilung der Verständlichkeit der Informationstexte nach selbst eingeschätztem Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise unterschieden:

Höheres selbst eingeschätztes Wissensniveau zum Klimawandel geht auch mit positiverer Beurteilung der Verständlichkeit der Informationstexte einher.

4.3 Ausstellungsspezifische Urteile

Etwas Neues in der Ausstellung erfahren:

Die deutliche Mehrheit hat ihrer Einschätzung nach Neues in der Ausstellung erfahren (17% sehr viel; 50% ja, Neues erfahren). 26% gaben an „teils/teils“ Neues erfahren zu haben und 7% haben nichts Neues erfahren.

Nach selbst eingeschätztem Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise unterscheiden:

Befragte mit selbst eingeschätztem niedrigerem Wissensstand nannten häufiger, sehr viel Neues oder Neues über den Klimawandel/die Klimakrise erfahren zu haben.

Anknüpfung des Themas der Ausstellung an den Alltag:

Die Mehrheit der Befragten gab an, dass die Ausstellung an ihren Alltag anknüpft (24% sehr starke Anknüpfung; 51% ja, Anknüpfung). 22% dass die Ausstellung „teils/teils“ an ihren Alltag anknüpft und 3% empfanden keine Anknüpfung des Themas an ihren Alltag.

Nach Altersgruppen unterschieden:

Häufiger sagten Besuchende der Altersgruppe der 20-29-Jährigen (36%), dass die Ausstellung sehr stark an ihren Alltag anknüpft. Die „sehr starke“ Anknüpfung nimmt mit dem Alter ab.

Nach selbst eingeschätztem Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise unterscheiden:

Befragte mit selbst eingeschätztem sehr hohem Wissensstand über den Klimawandel/die Klimakrise gaben häufiger an, eine sehr starke Anknüpfung der Ausstellungsinhalte an ihren Alltag zu empfinden (39%, gesamt 24%).

Nach etwas Neues erfahren unterschieden:

Befragte, die angaben, sehr viel Neues durch die Ausstellung erfahren zu haben, empfinden eher eine sehr starke Anknüpfung der Ausstellungsinhalte an ihren Alltag (38%, gesamt 24%).

Anregung zum Handeln durch den Ausstellungsbesuch:

Eine Anregung zum Handeln empfanden 17% als „sehr stark“ und 39% „stark“. Weitere 40% wurden „ein wenig“ und 4% „gar nicht“ zum Handeln angeregt.

Nach Mitnahme aus der Machbar unterschieden:

Befragte, die etwas aus der Machbar mitnahmen, haben deutlich häufiger angegeben, eine sehr starke (22%) oder starke Anregung (44%) zum Handeln zu haben als Befragte, die nichts aus der Machbar mitgenommen haben (11% sehr stark; 33% stark).

Entwicklung konkreter Ideen, was gegen den Klimawandel/die Klimakrise getan werden kann:

Insgesamt hat die Mehrheit der Befragten ausgesagt, konkrete Ideen aus der Ausstellung mitzunehmen (6% sehr viele Ideen, 32% viele Ideen, 48% wenige Ideen). 14% der Ausstellungsbesucher:innen nahmen keine Ideen mit.

Nach Altersgruppen unterschieden:

Insbesondere die Altersgruppe der 40-49-Jährigen gab häufiger an, sehr viele oder viele konkrete Ideen aus dem Ausstellungsbesuch mitzunehmen (zusammengezählt 52%, gesamt 38%). Die jüngeren Altersgruppen der 20-29-Jährigen und 30-39-Jährigen sagten hingegen anteilig häufiger als die anderen Gruppen aus, keine konkreten Ideen mitzunehmen (17-21%, gesamt 14%).

Nach Mitnahme aus der Machbar unterschieden:

Insgesamt haben zusammengezählt 38% „sehr viele“ oder „viele“ konkrete Ideen aus der Ausstellung mitgenommen, darunter deutlich häufiger Besuchende, die etwas aus der Machbar mitgenommen haben (zusammen 50% gegenüber 26%, die nichts aus der Machbar mitnahmen).

4.4 Offene Anmerkungen (ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten)

Besonders gut/weniger gut gefallen:

Insgesamt gaben 844 Befragte positive Rückmeldungen und 419 Befragte kritische Rückmeldungen – damit deutlich mehr positive. Diese wurden ausgezählt und Kategorien zugeordnet.

Besonders gut wurden häufig Aspekte aus der Kategorie Gestaltung/Präsentation hervorgehoben, darunter u.a. Interaktivität, Darstellung von Informationen oder Ausstellungsaufbau. Auch bestimmte Inhalte gefielen vielen (u.a. Ansprache von Emotionen, Zukunftsperspektiven usw.)

Als weniger gut empfunden wurden ebenfalls Aspekte aus dem Bereich Gestaltung/Präsentation, dies aber deutlich seltener (u.a. zu viel Text, unübersichtlicher Aufbau). Auch bestimmte fehlende Inhalte kritisierten einige Befragte.

Zentrale Botschaft, die die Ausstellungsbesucher:innen mitnahmen:

Häufig genannt wurden Botschaften, die den Kategorien „Handle jetzt!/Handeln statt reden“, „Jeder Einzelne kann etwas ändern“, „Hoffnung/noch nicht zu spät“ oder „Alle müssen handeln/Klima geht uns alle an“ zugeordnet wurden.

Insgesamt nannten viele Befragte (591) Botschaften, die sie mitnehmen.

**Fokus auf „Klima-Expert:innen“ vs. „Klima-Lai:innen“
(selbst eingeschätztes Vorwissen über den Klimawandel/die Klimakrise)**

„Klima-Expert:innen“ = sehr hohes + hohes selbsteingeschätztes Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise:	„Klima-Lai:innen“ = weniger hohes + gar kein hohes selbsteingeschätztes Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise:
19% sehr hohes Wissen 63% hohes Wissen = 82% deutlich größte Gruppe	17% weniger hohes Wissen 0,3 % gar kein hohes Wissen = 18% deutlich kleinere Gruppe
Etwas mehr Männer als Frauen mit selbst eingeschätztem sehr hohem Wissen	Etwas mehr Frauen mit weniger hohem + gar nicht hohem Wissen
Anteilig noch häufiger Befragte mit Studium	Auch hier Mehrheit mit Studium, aber anteilig etwas weniger
Häufiger fachlicher Bezug zum Ausstellungsthema	Seltener fachlicher Bezug zum Ausstellungsthema
Kein Unterschied zwischen Erst- und Wiederholungsbesuchenden des MfK Frankfurt	Kein Unterschied zwischen Erst- und Wiederholungsbesuchenden des MfK Frankfurt
Besuchsmotiv Interesse an Umwelt-/ Klimathemen am häufigsten	Besuchsmotiv Interesse an Umwelt-/ Klimathemen immer noch erste Nennung, aber seltener
Kein Unterschied bei Gesamturteil zur Ausstellung	Kein Unterschied bei Gesamturteil zur Ausstellung
Länge der Beschriftungen wurde häufiger mit der Note 1 bewertet	Länge der Beschriftungen wurde kritischer bewertet
Verständlichkeit der Informationstexte deutlich besser bewertet	Verständlichkeit der Informationstexte kritischer bewertet
Gut die Hälfte sagte aus, dass sie sehr viel Neues oder Neues über den Klimawandel/die Klimakrise erfahren haben, aber weniger häufig als diejenigen mit weniger Vorwissen	Gaben häufiger an, sehr viel Neues oder Neues über den Klimawandel/die Klimakrise erfahren zu haben
Gaben häufiger an, eine sehr starke Anknüpfung der Ausstellungsinhalte an ihren Alltag zu empfinden	Bewerteten die Anknüpfung an ihren Alltag häufiger als die anderen als „teils/teils“ gegeben, aber auch hier nannte die Mehrheit eine vorhandene Anknüpfung

12 Zusammenfassung Nachfassbefragung

5. Methode: Befragte und Zeitraum

Online-Fragebogen zum Selbstausfüllen nach circa 6 Wochen nach dem jeweiligen Besuch; Versand des Links zum Fragebogen per E-Mail (hierfür wurden die Befragten beim Ausfüllen des Fragebogens der Publikumsbefragung in "KLIMA_X" um ein Einverständnis gefragt).

Fragebogen in **Deutsch und Englisch**.

Insgesamt: **122 Befragte** (10% der Teilnehmenden der Publikumsbefragung).

Wichtig stets zu beachten: **kleinere absolute Zahl von Befragten**.

Zeitraum der Befragung: 03.02. – 09.10.2023 (= 6 Wochen nach Start der Publikumsbefragung am 13.12.2022), d.h. kurzfristige Wirkungen erhoben.

6. Strukturdaten der Befragten (Nachfassbefragung)

6.1 Soziodemografische Angaben

Altersdurchschnitt:

Insgesamt 46 Jahre. Die Altersgruppe der 60-69-Jährigen und der 50-59-Jährigen waren am stärksten vertreten (befragt ab 16 Jahren).

Vgl. Publikumsbefragung in der Ausstellung:

In der Publikumsbefragung vor Ort wurde jüngeres Publikum befragt (Schnitt 43 Jahre). Die 20-29-Jährigen waren anteilig häufiger vertreten (24% gegenüber 17% Nachfassbefragung).

Geschlechtszugehörigkeit:

68% weiblich, 31% männlich, 1% divers

Vgl. Publikumsbefragung in der Ausstellung:

In der Publikumsbefragung in der Ausstellung wurden anteilig weniger weibliche Besuchende (58%) befragt, aber auch hier noch weibliche Mehrheit.

Höchster (angestrebter) Bildungsabschluss:

Deutlich höchster Anteil mit Studium (83%).

Vgl. Publikumsbefragung in der Ausstellung:

In der Publikumsbefragung in der Ausstellung waren anteilig weniger Befragte mit Studium (74%), aber auch dort stellten diese immer noch die deutliche Mehrheit.

Wohnort:

34% aus der Stadt Frankfurt am Main, 36% übriges Hessen, 27% anderes Bundesland, 3% Ausland.

Vgl. Publikumsbefragung in der Ausstellung:

Recht ähnliche Verteilung der Wohnorte in der Publikumsbefragung vor Ort (Stadt Frankfurt 37%, übriges Hessen 31%, andere Bundesländer 27%, Ausland 5%) und der Nachfassbefragung.

6.2 Klimabewusstsein und fachlicher Bezug (Nachfassbefragung)

Was würden Angehörige und Freunde über Sie sagen: Wie klimabewusst sind Sie?:

Die subjektive Fremdeinschätzung des Klimabewusstseins lag bei 39% der Befragten bei „sehr klimabewusst“, 54% „klimabewusst“, 7% „ein wenig“ und 0% „gar nicht klimabewusst“.

Fachlicher Bezug (privat/beruflich) zum Thema Umwelt/Klimawandel/-krise:

Die Befragten gaben häufiger an, einen fachlichen Bezug (privat/beruflich) zu haben (59% gegenüber 41% mit keinem fachlichen Bezug).

Vgl. Publikumsbefragung in der Ausstellung:

In der Publikumsbefragung vor Ort gaben Befragte deutlich seltener an, einen fachlichen Bezug zu haben (38% gegenüber hier 59%).

7. Museumsbesuch (Nachfassbefragung)

7.1 Begleitung (Nachfassbefragung)

Begleitung:

Am häufigsten kamen diese Befragten aus der Nachfassbefragung damals in die Ausstellung vor Ort mit Partner:in (29%), mit Kolleg:innen, Freund:innen und Bekannten (23%) oder alleine (22%).

Vgl. Publikumsbefragung in der Ausstellung:

In der Publikumsbefragung vor Ort waren es anteilig mehr Befragte in Begleitung der Familie (28% im Vergleich zu hier 17%), sonst recht ähnliche Reihenfolge.

7.2 Hauptbesuchsgrund (Nachfassbefragung)

Hauptbesuchsgrund:

Die deutliche Mehrheit der Befragten kam hauptsächlich wegen der KLIMA_X Ausstellung (87%) statt der Dauerausstellung oder einer anderen Ausstellung.

7.3 Erste Ausstellungserinnerung (Nachfassbefragung)

Ausstellungserinnerung (ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten):

Am häufigsten wurden als erste Erinnerungen Ausstellungsstücke/-bereiche genannt, die zu den Kategorien „Emotionen zur Klimakrise“, „Klimakommunikation“ und „Klimafakten“ zugeordnet wurden.

8. Bewertung der Ausstellung (Nachfassbefragung)

8.1 Bewertung Ausstellungs- und Vermittlungsangebote (Nachfassbefragung)

Bewertung Ausstellungs- und Vermittlungsangebote

(auf einer Skala der Wichtigkeit von 1 bis 4, Aspekte nicht 1:1 vergleichbar):

Besonders wichtig waren den Befragten:

- Ausstellungstexte (58% sehr wichtig),
- Einsatz digitaler Medien (57%),
- Möglichkeit der Beteiligung (51%),
- Reflexion der Ausstellung im Nachgang (45%).

Anteilig seltener sehr wichtig:

- Ästhetik/Gestaltung der Ausstellung (37%),
- Veranstaltungen (z.B. Führungen, Diskussionen) (22%),
- Austauschmöglichkeiten/Gespräche/Kontakt Klima-Guides (18%),
- historische/ alte Ausstellungstücke (13%).

Weiterempfehlung (Nachfassbefragung)

Weiterempfehlung:

Die deutliche Mehrheit der Befragten hat die KLIMA_X Ausstellung weiterempfohlen (88%).

9. Verhaltensänderung und Sensibilisierung (Nachfassbefragung)

9.1 Anregung zum Nachdenken durch einzelne Bereiche (Nachfassbefragung)

Anregung zum Nachdenken:

Am häufigsten genannt wurden die Bereiche (nicht 1:1 vergleichbar):

- Emotionen zur Klimakrise (z.B. Klimatiere, Klima-Emotionstest) (56%),
- Gamechanger (Beispiele für geglückten Wandel) (50%),
- Geschichten aus dem Jahr 2045 (Anruf in die Zukunft) (47%),
- Klimafakten (Wartehäuschen "Mensch, Klima!") (41%),
- Begegnung mit den Klimapionier:innen (Filmportraits) (37%),
- Klimakommunikation (Eisberge) (37%).

Etwas seltener angegeben wurde:

- Machbar (Flyer/Bücher/Austausch mit Klima-Guides) (21%),
- Wandelbar (Austauschmöglichkeit u.a. mit Klima-Guides) (8%).

Eine Person sagte aus, dass kein Bereich besonders zum Nachdenken angeregt hat.

9.2 Handlungsimpulse und Veränderungen im Alltag (Nachfassbefragung)

Anregung zum Handeln:

Eine Anregung zum Handeln empfanden rückblickend 19% als „sehr stark“ und 36% „stark“. Weitere 40% wurden „ein wenig“ und 5% „gar nicht“ zum Handeln angeregt.

Vgl. Publikumsbefragung in der Ausstellung:

In der Publikumsbefragung vor Ort (Frage: Regt die Ausstellung KLIMA_X Sie zum Handeln an?) ergab sich eine recht ähnliche Verteilung.

Veränderungen im Alltag:

56% der Befragten gaben an, dass der Besuch der KLIMA_X Ausstellung konkrete Änderungen in ihrem Alltag bewirkt hat. Darunter fielen z.B. offene Nennungen zum Konsumverhalten, zu Klimakommunikation, Aktivismus oder mehr Selbstreflexion.

9.3 Thematische Auseinandersetzung und Wege der Auseinandersetzung (Nachfassbefragung)

Thematische Auseinandersetzung mit dem Thema:

Die deutliche Mehrheit sagte aus, dass der Besuch der KLIMA_X Ausstellung dazu angeregt hat, sich mehr mit dem Thema zu beschäftigen (82%).

Folgendes wurde gewählt, um sich näher mit dem Thema Klima/Umwelt zu beschäftigen (Die Frage wurde nur von Besuchenden beantwortet, die zuvor angaben, dass der Besuch der Ausstellung "KLIMA_X" sie dazu angeregt hat, sich mehr mit dem Thema zu beschäftigen):

Am häufigsten wurde das Internet (z.B. Webseiten, Podcasts) (66%), Literatur (52%) oder Filme/Dokumentationen (49%) gewählt. Etwas seltener wurden Vereine/Initiativen (31%) und andere Ausstellungen (8%) angegeben.

9.4 Klimadialog und Glaube an Veränderung (Nachfassbefragung)

Austausch mit anderen Menschen über den Klimawandel:

55% der Befragten sprachen nach dem Besuch der KLIMA_X Ausstellung etwas häufiger als zuvor mit anderen Menschen über den Klimawandel. 21% sprachen deutlich häufiger als zuvor darüber und noch 24% konnten keine Veränderung feststellen.

Glaube an Veränderung:

Die Mehrheit der Befragten glaubt stärker als vor dem Besuch der KLIMA_X Ausstellung, dass Veränderung im Bereich Klima/Umwelt möglich ist (13% ja, sehr; 25% ja; 47% ja, ein wenig). 15% der Befragten gaben an, gar nicht daran zu glauben.

10. Offene Anmerkungen (ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten)

Allgemeine Mitteilungen:

Die Befragten nannten u.a. allgemeine Wünsche und Anregungen, Lob allgemein oder fehlende Inhalte.

13 Ausblick auf weitere Untersuchungsmöglichkeiten



- Ergänzend zu den vorliegenden Ergebnissen wäre interessant, die Publikumsstruktur, Urteile und Wirkungen der Ausstellung KLIMA_X an anderen Standorten zu erheben. Wenn eine vergleichbare Methode eingesetzt wird, könnten die Ergebnisse aussagekräftig verglichen und unter anderem standortspezifische Unterschiede ermittelt werden.
- Auch Ausstellungen zu ähnlich gelagerten Ausstellungsthemen an anderen Häusern wären für einen Vergleich spannend.
- Nicht in die vorliegende Befragung einbezogen wurden aus methodischen Gründen Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren sowie größere Gruppen, das heißt auch Schulklassen. Dies wären ergänzend wichtige zu untersuchende Zielgruppen.
- Spezifisch für das Museum für Kommunikation Frankfurt wären weitere sinnvolle Vergleichsergebnisse Befragungen in der Dauerausstellung des MfK. So kann ermittelt werden, inwieweit Dauer- und Wechselausstellungen ein jeweils anderes Publikum anziehen und wo Gemeinsamkeiten bestehen. Urteile und Einschätzungen zur Dauerausstellung können so ausführlich erhoben werden.
- Auch weitere Wechselausstellungen im Museum für Kommunikation mit anderen Ausstellungsthemen wären für einen Vergleich spannend. Mit einer ähnlichen Methode kann direkt gegenübergestellt werden, inwiefern das Publikum themenspezifisch angesprochen wird und wer der KLIMA_X-Besucher:innen auch zu einer nächsten Ausstellung wiederkommt.
- Schließlich könnten Studien zu noch nicht erreichten Zielgruppen des Museum für Kommunikation Frankfurt eine wichtige Ergänzung sein. Diese könnten umfassen, wer die Nichtbesucher:innen des Hauses sind, welche Barrieren sie an einem bisherigen Besuch hindern und wie diese überwunden werden können.

KLIMA_X

Liebe Besuchende,

Ihre Meinung zur Ausstellung KLIMA_X ist uns wichtig. Vielen Dank für das Ausfüllen des kurzen Fragebogens von 5-10 Minuten, damit wir uns weiter verbessern können. Ihre Angaben sind selbstverständlich anonym.

Hinweise zum Datenschutz: Selbstverständlich werden die in Deutschland gültigen Datenschutzbestimmungen eingehalten. Der Fragebogen wurde in Zusammenarbeit mit der beauftragten Firma Kulturevaluation Wegner erstellt. Für den Onlinefragebogen wird der Anbieter SosciSurvey verwendet. Dieser bietet mit seinem Befragungsserver in Deutschland eine datenschutzkonforme Infrastruktur: u.a. keine Aufzeichnung von IP-Adressen, keine Cookies (mehr unter: <https://www.socisurvey.de/de/privacy>). Die gespeicherten Daten werden nach Abschluss der Auswertung gelöscht, spätestens 6 Monate nach Ende der Befragung.

1. Sind Sie heute zum ersten Mal im Museum für Kommunikation Frankfurt?

- ja, zum 1. Mal
- schon 1-mal besucht
- schon 2- bis 4-mal
- schon mehr als 4-mal

2. Sind Sie heute in Begleitung gekommen?

(Mehrfachnennung möglich)

- nein, alleine
- mit Partner:in
- mit Familie
- mit Kolleg:innen, Freund:innen, Bekannten
- mit einer organisierten Gruppe
- mit anderen, nämlich

3. Wie sind Sie auf die Ausstellung »KLIMA_X« aufmerksam geworden?

(Mehrfachnennungen möglich)

- Medien (TV, Radio, Zeitung)
- Außenwerbung / Plakate
- Internet (Social Media / Webseite des Museums)
- Empfehlung von Bekannten / Verwandten
- über Kooperationspartner:innen
- frühere Besuche
- anderer Weg, nämlich:

4. Wie lange haben Sie sich in der Ausstellung »KLIMA_X« aufgehalten?

- bis 1/2 Stunde
- ½ bis 1 Stunde
- 1 bis 2 Stunden
- 2 bis 3 Stunden
- mehr als 3 Stunden

5. Was waren die Hauptmotive für Ihren heutigen Besuch? (Mehrfachnennung)

- allgemeines Interesse am Museum für Kommunikation
- neue Ausstellungen sind sehenswert
- mich einbringen und mitdiskutieren
- Interesse an Umwelt-/Klimathemen
- Unterhaltung/Spaß
- gemeinsame Unternehmung
- abschalten/erholen
- Empfehlungen von Bekannten, Freund:innen oder Familie
- sonstiges:

6. Wie hat Ihnen die Ausstellung »KLIMA_X« insgesamt gefallen?

Bitte vergeben Sie **Schulnoten**:

1=sehr gut, 2=gut, 3=befriedigend, 4=ausreichend, 5=mangelhaft, 6=ungenügend

1

2

3

4

5

6

7. Was hat Ihnen an der Ausstellung »KLIMA_X« besonders gut gefallen?

8. Was hat Ihnen an der Ausstellung »KLIMA_X« weniger gut gefallen?

10. Wie hoch schätzen Sie ihr Wissen über den Klimawandel/die Klimakrise ein?

- sehr hoch
- hoch
- weniger hoch
- gar nicht hoch

kann ich nicht beurteilen

11. Haben Sie in der Ausstellung etwas Neues erfahren?

- ja, sehr viel
- ja
- teils/teils
- nein

kann ich nicht beurteilen

12. Knüpft das Thema der Ausstellung »KLIMA_X« an ihren Alltag an?

- ja, sehr stark
- ja
- teils/teils
- nein

kann ich nicht beurteilen

13. Regt die Ausstellung »KLIMA_X« Sie zum Handeln an?

- ja, sehr stark
- ja, stark
- ja, ein wenig
- nein, gar nicht

kann ich nicht beurteilen

14. Haben Sie Material aus der Machbar mitgenommen?

- ja
- nein

15. Nehmen Sie konkrete Ideen mit, was Sie gegen den Klimawandel/die Klimakrise tun können?

- ja, sehr viele
- ja, viele
- ja, wenige
- nein, keine

-
- kann ich nicht beurteilen

16. Welche zentrale Botschaft nehmen Sie aus der Ausstellung »KLIMA_X« mit?

Bitte noch folgende Daten zu Ihrer Person:

17. Wie oft im Jahr besuchen Sie etwa Museen?

- höchstens 1-mal
- 2- bis 4-mal
- 5- bis 9-mal
- 10-mal und öfter

18. Haben Sie einen fachlichen Bezug (beruflich/privat) zum Thema Umwelt/Klimawandel/Klimakrise?

- ja, nämlich:
- nein

19. Ihr Alter?

Jahre

20. Ihr Geschlecht?

- weiblich
- männlich
- divers

21. Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?

- Hauptschule
- Realschule/Mittlere Reife
- Abitur/(Fach-)Hochschulreife
- Studium
- sonstiges, nämlich:

22. Ihr Wohnort?

- Stadt Frankfurt am Main
- übriges Hessen, PLZ:
- anderes Bundesland, nämlich: ▼
- Ausland, nämlich:

Dürfen wir Sie in sechs Wochen erneut kontaktieren?

Falls ja, möchten wir Sie bitten, Ihre E-Mail-Adresse* zu hinterlassen.

- Ich will an der Nachfassbefragung teilnehmen und willige ein, dass meine E-Mail-Adresse bis zur zweiten Befragungsphase gespeichert wird. Diese Einwilligung kann ich jederzeit widerrufen. Meine Angaben in dieser Befragung bleiben weiterhin anonym, meine E-Mail-Adresse wird nicht an Dritte weitergegeben.



*Ihre E-Mailadresse wird vertraulich behandelt. Eine Verbindung Ihrer Antworten mit Ihrer E-Mail findet nicht statt.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Wir möchten uns ganz herzlich für Ihre Mithilfe bedanken.

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.

The logo for 'KLIMA_X' is displayed in a large, bold, dark teal font. The letters are set against a background that features a horizontal gradient from red on the left to a dark teal on the right. The 'X' is particularly stylized with a small gap in its middle bar.**Dear visitors,**

Your opinion on the exhibition KLIMA_X is important to us. Thank you for filling out the short questionnaire of 5-10 minutes so that we can continue to improve. Your information is, of course, anonymous.

Notes on data protection: It goes without saying that the data protection regulations valid in Germany will be observed. The questionnaire was created in cooperation with the commissioned company Kulturevaluation Wegner. For the online questionnaire, the provider SosciSurvey is used. With its survey server in Germany, this provider offers a data protection-compliant infrastructure: among other things, no recording of IP addresses, no cookies (more at: <https://www.socisurvey.de/de/privacy>). The stored data will be deleted after completion of the evaluation, at the latest 6 months after the end of the survey.

1. Is this your first visit to the Museum für Kommunikation Frankfurt?

- yes, for the first time
- I have visited it 1 time already
- already 2 to 4 times
- already more than 4 times

2. Did you come today in company?

(multiple answers possible)

- no, alone
- with partner
- with family
- with colleagues, friends, acquaintances
- with an organized group
- with others, namely

3. How did you find out about the exhibition "KLIMA_X"?

(multiple answers possible)

- media (TV, radio, newspaper)
- outdoor advertising / posters
- Internet (social media / museum website)
- recommendation from acquaintances / relatives
- via cooperation partners
- previous visits
- other way, namely:

4. How long did you spend your time in the exhibition »KLIMA_X«?

- up to ½ hour
- ½ to 1 hour
- 1 to 2 hours
- 2 to 3 hours
- more than 3 hours

5. What were the main motivations for your today's visit?

(multiple answers possible)

- general interest in the Museum für Kommunikation
- new exhibitions are worth seeing
- to participate actively and get involved in discussions
- Interest in environmental/climate issues
- entertainment/fun
- joint activity
- chill out/relax
- Recommendations from acquaintances, friends or family
- other:

6. How did you like the exhibition »KLIMA_X« overall?

Please rate with a **school mark** from 1 = very good to 6 = inadequate:

- 1 2 3 4 5 6

7. What did you like the most about the exhibition »KLIMA_X«?

8. What did you like less about the exhibition »KLIMA_X«?

9. How would you rate ...

(From 1 very good to 6 inadequate, not used)

Structure/organization of the exhibition

1 (very good)

2

3

4

5

6 (inadequate)

not used

Conversations with the climate guides

1 (very good)

2

3

4

5

6 (inadequate)

not used

Length of the inscriptions

1 (very good)

2

3

4

5

6 (inadequate)

not used

Comprehensibility of the information texts

1 (very good)

2

3

4

5

6 (inadequate)

not used

Possibility of participation (e.g., chalkboards, buttons)

1 (very good)

2

3

4

5

6 (inadequate)

not used

Climate animals

1 (very good)

2

3

4

5

6 (inadequate)

not used

Use of media (e.g., films)

1 (very good)

2

3

4

5

6 (inadequate)

not used

Examples of successful change (game-changer area)

1 (very good)

2

3

4

5

6 (inadequate)

not used

10. How high would you estimate your knowledge about climate change/the climate crisis?

- very high
- high
- less high
- not at all high

I cannot evaluate

11. Did you learn anything new in the exhibition?

- yes, very much
- yes
- partly...partly
- no

I cannot evaluate

12. Does the theme of the exhibition »KLIMA_X« tie in with your everyday life?

- yes, very much
- yes
- partly...partly
- no

I cannot evaluate

13. Does the exhibition »KLIMA_X« inspire you to take action?

- yes, very much
- yes, much
- yes, a little
- no, not at all

I cannot evaluate

14. Did you take any material home with you from the Machbar?

- yes
- no

15. Do you take away any concrete ideas home with you about what you can do about climate change/the climate crisis?

- yes, a great many
- yes, many
- yes, a few
- no, none

-
- I cannot evaluate

16. Which central message do you take home with you from the exhibition »KLIMA_X«?

Please add the following data about yourself:

17. Approximately how many times a year do you visit museums?

- at most 1 time
- 2 to 4 times
- 5 to 9 times
- 10 times and more often

18. Do you have a subject-specific connection (professional/private) to the topic environment/climate change/climate crisis?

- yes, namely
- no

19. What is your age?

years

20. What is your gender?

- female
- male
- diverse

21. Your highest level of education (aspired to)?

- Lower secondary school
- Secondary school/with leaving certificate
- High school diploma/(technical) university entrance qualification
- University degree
- other, namely:

22. What is your place of residence?

- City of Frankfurt am Main
- Rest of Hesse, postal code:
- Other federal state, namely:
- Foreign country, namely:

May we contact you again in six weeks?

If yes, we would like to ask you to leave your email address*.

- I want to participate in the follow-up survey and consent to my email address being stored until the second survey phase. I can revoke this consent at any time. My information in this survey will remain anonymous, my email address will not be passed on to third parties.



*Your email address will be kept confidential. There will be no connection between your answers and your e-mail.

Many thanks for your participation!

We would like to thank you very much for your assistance.

Your answers have been saved, you can now close the browser window.

KLIMA_X

Liebe Besuchende,

nun ist es schon einige Wochen her, dass Sie die Ausstellung »KLIMA_X« im Museum für Kommunikation Frankfurt besucht haben.

Vielen Dank, dass Sie Ihre E-Mail-Adresse bei der Publikumsbefragung angegeben haben und Sie bereit sind, an einer weiteren Befragung teilzunehmen.

Gerne würden wir wissen, wie Sie die Ausstellung in Erinnerung haben und welche Anregungen Sie durch die Ausstellung erhalten haben.

Vielen Dank für das Ausfüllen des kurzen Fragebogens von 5-10 Minuten, damit wir uns weiter verbessern können. Ihre Angaben sind selbstverständlich anonym.

Hinweise zum Datenschutz: Selbstverständlich werden die in Deutschland gültigen Datenschutzbestimmungen eingehalten. Der Fragebogen wurde in Zusammenarbeit mit der beauftragten Firma Kulturevaluation Wegner erstellt. Für den Onlinefragebogen wird der Anbieter SosciSurvey verwendet. Dieser bietet mit seinem Befragungsserver in Deutschland eine datenschutzkonforme Infrastruktur: u.a. keine Aufzeichnung von IP-Adressen, keine Cookies (mehr unter: <https://www.socisurvey.de/de/privacy>). Die gespeicherten Daten werden nach Abschluss der Auswertung gelöscht, spätestens 6 Monate nach Ende der Befragung.

Welche Ausstellungsstücke/-bereiche kommen Ihnen als Erstes in den Sinn, wenn Sie an Ihren Besuch der »KLIMA_X« Ausstellung denken?

Bitte nennen Sie bis zu drei Ausstellungsstücke/-bereiche, an die Sie sich als Erstes erinnern:

1.

2.

3.

Wie wichtig waren Ihnen folgende Aspekte in der »KLIMA_X« Ausstellung?

Ästhetik/Gestaltung der Ausstellung

sehr wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	nicht wichtig	<i>weiß nicht</i>
--------------	--------------	--------------------	---------------	-------------------

Austauschmöglichkeiten/Gespräche/Kontakt Klima-Guides

sehr wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	nicht wichtig	<i>weiß nicht</i>
--------------	--------------	--------------------	---------------	-------------------

Ausstellungstexte

sehr wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	nicht wichtig	<i>weiß nicht</i>
--------------	--------------	--------------------	---------------	-------------------

Möglichkeit der Beteiligung (z. B. Kreidetafeln, Buttons, «Welche Geschichten möchten Sie hören»)

sehr wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	nicht wichtig	<i>weiß nicht</i>
--------------	--------------	--------------------	---------------	-------------------

Einsatz digitaler Medien (Touchscreens, Video-/Hörstationen, z. B. Begegnung mit den Klimapionier:innen, Anruf in die Zukunft, Klima-Emotionstest, Ausreden-Glücksrad)

sehr wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	nicht wichtig	<i>weiß nicht</i>
--------------	--------------	--------------------	---------------	-------------------

historische/alte Ausstellungsstücke

sehr wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	nicht wichtig	<i>weiß nicht</i>
--------------	--------------	--------------------	---------------	-------------------

Reflexion der Ausstellung im Nachgang

sehr wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	nicht wichtig	<i>weiß nicht</i>
--------------	--------------	--------------------	---------------	-------------------

Veranstaltungen (z. B. Führungen, Diskussionen)

sehr wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	nicht wichtig	<i>weiß nicht</i>
--------------	--------------	--------------------	---------------	-------------------

sonstiges, nämlich:

Hat der Besuch der Ausstellung »KLIMA_X« ...

... Sie zum Handeln angeregt?

- ja, sehr stark
- ja, stark
- ja, ein wenig
- nein, gar nicht

kann ich nicht beurteilen

Hat der Besuch der Ausstellung »KLIMA_X« ...

... konkrete Änderungen in Ihrem Alltag bewirkt?

- ja, nämlich:
- nein, weil:

Hat der Besuch der Ausstellung »KLIMA_X« ...

... Sie dazu angeregt, sich mehr mit dem Thema zu beschäftigen?

- ja
- nein

Folgendes habe ich gewählt, um mich näher mit dem Thema Klima/Umwelt zu beschäftigen:

(Mehrfachnennung möglich)

- Filme/Dokumentationen
- Literatur
- Internet, z.B. Webseiten, Podcasts
- Vereine/Initiativen
- andere Ausstellungen, nämlich:
- sonstiges:

Haben Sie nach dem Besuch der »KLIMA_X« Ausstellung häufiger mit anderen Menschen über den Klimawandel gesprochen?

- keine Veränderung
- etwas häufiger als zuvor
- deutlich häufiger als zuvor

Welcher Bereich in der »KLIMA_X« Ausstellung hat Sie besonders zum Nachdenken gebracht?

(Mehrfachnennung möglich)

- Klimafakten (Wartehäuschen «Mensch, Klima!»)
- Emotionen zur Klimakrise (z.B. Klimatiere, Klima-Emotionstest)
- Wandelbar (Austauschmöglichkeit u.a. mit Klima-Guides)
- Klimakommunikation (Eisberge)
- Gamechanger (Beispiele für geglückten Wandel)
- Begegnung mit den Klimapionier:innen (Filmportraits)
- Machbar (Flyer/Bücher/Austausch mit Klima-Guides)
- Geschichten aus dem Jahr 2045 (Anruf in die Zukunft)
- sonstiger Bereich, nämlich:
- kein Bereich hat mich besonders zum Nachdenken gebracht

Glauben Sie stärker als vor Ihrem Besuch der »KLIMA_X« Ausstellung, dass Veränderung im Bereich Klima/Umwelt möglich ist?

- ja, sehr
- ja
- ja, ein wenig
- nein, gar nicht

kann ich nicht beurteilen

Was würden Ihre Angehörigen und Freunde über Sie sagen: Wie klimabewusst sind Sie?

- sehr klimabewusst
- klimabewusst
- ein wenig klimabewusst
- gar nicht klimabewusst

weiß nicht

Waren Sie hauptsächlich wegen der »KLIMA_X« Ausstellung oder der Dauerausstellung »Mediengeschichte|n neu erzählt!« gekommen?

- hauptsächlich wegen »KLIMA_X«
- wegen der Dauerausstellung »Mediengeschichte|n neu erzählt!«
- andere:

Haben Sie die »KLIMA_X« Ausstellung weiterempfohlen?

ja, weil:

nein, weil:

Haben Sie die Ausstellung »KLIMA_X« in Begleitung besucht?

(Mehrfachnennung möglich)

nein, alleine

mit Partner*in

mit Familie

mit Kolleg*innen, Freund*innen, Bekannten

mit einer organisierten Gruppe

mit anderen, nämlich:

weiß ich nicht mehr

Bitte noch folgende Daten zu Ihrer Person:

Haben Sie einen fachlichen Bezug (beruflich/privat) zum Thema Umwelt/Klimawandel/Klimakrise?

ja, nämlich:

nein

Ihr Alter?

Jahre

Ihr Geschlecht?

weiblich

männlich

divers

Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?

- Hauptschule
- Realschule/Mittlere Reife
- Abitur/(Fach-)Hochschulreife
- Studium
- sonstiges, nämlich:

Ihr Wohnort?

- Stadt Frankfurt am Main
- übriges Hessen, PLZ:
- anderes Bundesland, nämlich:
- Ausland, nämlich:

Gibt es noch etwas, was Sie uns mitteilen möchten?

Letzte Seite

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Wir möchten uns ganz herzlich für Ihre Mithilfe bedanken.

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.

KLIMA_X

Dear visitors!

It has now been several weeks since you visited the exhibition "KLIMA_X" at the Museum of Communication Frankfurt.

Thank you for providing your email address in the audience survey and for your willingness to participate in another survey. We would like to know how you still remember the exhibition and what inspirations you received from the exhibition.

Thank you very much for filling out the short questionnaire of 5-10 minutes so that we can improve ourselves further. Your information is, of course, anonymous.

Details on data protection: It goes without saying that the data protection regulations valid in Germany will be complied with. The questionnaire was created in cooperation with the commissioned company Kulturevaluation Wegner. The provider SosciSurvey is used for the online questionnaire. With its survey server in Germany, this company offers a data protection-compliant infrastructure: among other things, no recording of IP addresses, no cookies (more at: <https://www.soscisurvey.de/de/privacy>). The stored data will be deleted after completion of the evaluation, at the latest 6 months after the end of the survey.

Which exhibition works/areas come to your mind first when you think of your visit to the “KLIMA_X” exhibition?

Please name up to three exhibition works/areas that you remember first:

1.

2.

3.

How important were the following aspects to you in the “KLIMA_X” exhibition?

Aesthetics/design of the exhibition

very important	rather important	rather not important	not important	<i>I don't know</i>
----------------	------------------	----------------------	---------------	---------------------

Opportunities for participation (e.g., chalkboards, buttons, “what stories would you like to hear”)

very important	rather important	rather not important	not important	<i>I don't know</i>
----------------	------------------	----------------------	---------------	---------------------

Exhibition texts

very important	rather important	rather not important	not important	<i>I don't know</i>
----------------	------------------	----------------------	---------------	---------------------

Opportunities for participation (e.g., chalkboards, buttons, “what stories would you like to hear”)

very important	rather important	rather not important	not important	<i>I don't know</i>
----------------	------------------	----------------------	---------------	---------------------

Use of digital media (touch screens, video/listening stations, e.g., meet the climate pioneers, call the future, climate emotion test, excuse wheel of fortune)

very important	rather important	rather not important	not important	<i>I don't know</i>
----------------	------------------	----------------------	---------------	---------------------

Historical/old exhibits

very important	rather important	rather not important	not important	<i>I don't know</i>
----------------	------------------	----------------------	---------------	---------------------

Reflection on the exhibition in the aftermath

very important	rather important	rather not important	not important	<i>I don't know</i>
----------------	------------------	----------------------	---------------	---------------------

Events (e.g. guided tours, discussions)

very important	rather important	rather not important	not important	<i>I don't know</i>
----------------	------------------	----------------------	---------------	---------------------

other, namely:

Did the visit of the exhibition “KLIMA_X”...

... inspire you to take action?

yes, very strongly

yes, strongly

yes, a little bit

no, not at all

I cannot judge

Did the visit of the exhibition “KLIMA_X”...

... cause concrete changes in your everyday life?

yes, namely:

no, because:

Did the visit of the exhibition “KLIMA_X”...

... stimulate you to deal more with the topic?

yes

no

The following is what I chose to look at in more detail on the topic of climate/environment:

(multiple answers possible)

films/documentaries

literature

internet, e.g. websites, podcasts

associations/initiatives

other exhibitions, namely:

other:

After visiting the “KLIMA_X” exhibition, did you talk to other people more often about climate change?

no change

somewhat more often than before

considerably more often than before

Which area in the “KLIMA_X” exhibition was the most thought-provoking regarding climate change?

(multiple answers possible)

Climate facts (bus shelter “Wow, climate!”)

Emotions about the climate crisis (e.g. climate animals, climate emotion test)

Change bar (possibility of exchange with others, e.g. with climate guides)

Climate communication (icebergs)

Gamechanger (examples of successful change)

Meeting the climate:pioneers (film portraits)

Feasible bar (flyers/books/exchange with climate guides)

Stories from the year 2045 (call to the future)

other area, namely:

no particular area was thought-provoking in particular

Do you believe more strongly than before your visit to the “KLIMA_X” exhibition that change is possible in the area of climate/environment?

- yes, very much
- yes
- yes, a little bit
- no, not at all

I cannot judge

What would your relatives and friends say about you: how climate-aware are you?

- very climate-aware
- climate-aware
- a little bit climate-aware
- not at all climate-aware

I don't know

Did you come mainly because of “KLIMA_X” or the permanent exhibition “Mediengeschichte|n neu erzählt!”?

- mainly because of “KLIMA_X”
- because of the permanent exhibition “Mediengeschichte|n neu erzählt!”
- others:

Did you recommend the »KLIMA_X« exhibition to others?

yes, because:

no, because:

Did you visit the exhibition "KLIMA_X" in company?

(multiple answers possible)

no, alone

with partner

with family

with colleagues, friends, acquaintances

with an organized group

with others, namely:

I do not know anymore

Please submit the following personal data:

Do you have a specialist connection (professional/private) to the topic of environment/climate change/climate crisis?

yes, namely:

no

Your age?

years

Your gender?

female

male

diverse

Your highest level of education (aspired to)?

- Secondary school certificate
- Middle school leaving certificate
- High-school diploma/(technical) university entrance qualification
- Study
- other, namely:

Your place of residence?

- City of Frankfurt am Main
- Rest of Hesse, postal code:
- Other federal state, namely:
- Foreign country, namely:

Is there anything else you would like to tell us?

Last Page

Thank you very much for your participation!

We would like to express our heartfelt thanks for your cooperation.

Your answers have been saved; you can now close the browser window.