

Visitor Studies Group Conference

„Measuring up: ways of capturing social value and more intangible outcomes“, 22.-23. März 2017, London

VERA ALLMANRITTER*

Institut für Kulturpolitik, Universität Hildesheim

Vom 22. bis 23. März 2017 fand in London die Jahreskonferenz der Visitor Studies Group statt, an der mehr als 110 Vertreter von Museen, Universitäten, Bibliotheken, Botanischen Gärten und Beratungsagenturen teilnahmen. Die Konferenz beschäftigte sich mit der Fragestellung, inwiefern Besucherforschung den Wert und die Wirkung sozialer und gesellschaftlicher Aktivitäten von Kulturinstitutionen messen könnte, die über einen Kultur- und Bildungsauftrag im engeren Sinne deutlich hinausgehen: Engagement für Gesundheit und Wohlbefinden der Bevölkerung, soziale Gerechtigkeit, Inklusion und Stadttraumentwicklung. Es handelt sich dabei um Themenbereiche, in denen sich in jüngster Zeit eine steigende Anzahl von Kulturinstitutionen in Großbritannien mit Blick auf Ziele wie Community Building und Audience Development engagiert. Viele der innerhalb der Konferenzbeiträge vorgestellten Evaluationen waren noch im Prozess befindlich. Entsprechend konnten kaum erprobte Methoden oder finale Ergebnisse vorgestellt werden. Übergreifend lassen sich aus den Beiträgen dennoch einige grundlegende Erkenntnisse ableiten:

Für Evaluationen (auch) von gesellschaftlichen Aktivitäten sollte ganz generell zunächst ein angemessener Rahmen innerhalb der Institutionen entwickelt werden, der idealerweise Teil ihres strategischen Leitbilds ist. Dies stellte Anoushka Kenley (New Philanthropy Capital) in ihrer Keynote am ersten Konferenztag heraus. Nur dann sah sie eine wirkliche Verankerung der Evaluation in der Institution und einen starken Einfluss auf deren Arbeit als wahrscheinlich an. Für die Konzeption einzelner Evaluationen empfahl sie ein strategisches Vorgehen orientiert an vier Fragen: Welche Effekte der Aktivitäten vermute ich? Zu welchen dieser Effekte wäre eine Messung für mich hilfreich? Welches Evidenzniveau muss die Messung aufweisen? Welche Ressourcen habe ich, und mit welchen Methoden kann entsprechend bei der Evaluation vorgegan-

* Email: vera.allmanritter@uni-hildesheim.de

gen werden? Elementar sei hierbei ein klarer Fokus auf das durch die Institutionen wirklich Messbare.

Speziell Evaluationen von gesellschaftlichen Aktivitäten, die zumeist nicht zur Kernkompetenz von Kulturinstitutionen gehören und bei denen oft noch wenig Erfahrungswerte vorliegen, sollten nicht nur nach deren Abschluss erfolgen, sondern auch prozessbegleitend. Nur so können Effekte möglichst früh festgestellt werden, Evaluationsergebnisse noch in die laufende Arbeit einfließen und sie so nachhaltig optimieren helfen sowie Ideen für neue/weitere Möglichkeiten der Herangehensweise liefern. So betonte Janice Lane (National Museum Wales) in ihrer Keynote zu Beginn des zweiten Konferenztages zur Evaluation des Public-Engagement-Programms aller dem National Museum Wales zugehörigen Museumsstandorte, dass der Zweck solcher Evaluationen grundsätzlich sein müsse, den Erfolg entsprechender Aktivitäten zu verbessern, nicht deren Erfolg zu beweisen.

In der Konzeptionsphase einer solchen Evaluation ist ein Hinzuziehen von bereits bestehenden Studien (auch von außerhalb des Kunst- und Kulturbereichs) äußerst hilfreich. Bspw. Catherine Bradley (The Audience Agency) beschrieb das Vorgehen einer Evaluation von Effekten, die eine Beteiligung von Freiwilligen- und Freundeskreisen an Museumsaktivitäten der Kirklees Museums and Galleries auf Gesundheit und Wohlbefinden der jeweiligen Teilnehmer hat. Besonders erfolgreich war hierbei der Einsatz eines Instruments der New Economics Foundation zur Messung der Faktoren, welche besonders stark zum Wohlbefinden der Bevölkerung beitragen („Five ways of Wellbeing“). Auch Lisa Garnham and Val McNeice (Glasgow Centre for Population Health), die aus dem Blickwinkel des Öffentlichen Gesundheitswesens versucht hatten, Effekte von kulturellen Aktivitäten auf Gesundheit und Wohlbefinden der Bevölkerung Glasgows zu messen, stellten die besondere Bedeutung eines sektorenübergreifenden Denken und Handelns in entsprechenden Evaluationen heraus.

Es ist und bleibt jedoch offenbar nicht alles messbar, was relevant scheint, und gleichzeitig ist nicht alles relevant, was gemessen werden kann. Quantitative Erhebungsmethoden sind zwar oftmals geeignet festzustellen, ob ein Effekt auf breiter Ebene stattfindet. Doch selbst wenn Effekte messbar sind, sind sie oft nur von minimaler Stärke und treten letztlich doch nur bei einer geringen Personenanzahl auf. Um festzustellen, was bei verschiedenen Rezipienten konkret stattfindet und warum, sind qualitative Methoden unabdinglich. Insbesondere ethnografische Erhebungsansätze wurden für schwer zu messende Effekte als besonders

geeignet hervorgehoben. Bspw. von Effrosyni Nomikou (King's College London), Kayte McSweeney, Lorna Cruickshanks, Lucia Cortelli, Lizzie Edwards und Kate Rockhold (British Museum), die zwei intergenerationale Projekte des British Museums evaluierten.

Gerade bei teils schwer vorab zu definierenden Zielen von gesellschaftlichen Aktivitäten im Kunst- und Kulturbereich ist für eine Messung von intendierten und evtl. auch nicht intendierten Effekten eine möglichst ergebnisoffene und flexible Herangehensweise sowie ein Methodenmix innerhalb der Erhebung besonders gewinnbringend. Wie ein solcher Methoden-Mix aussehen kann, wurde im Tagungsverlauf in vielfältigen Beiträgen zu Evaluationsansätzen aufgezeigt. Bspw. bei Projekten mit Schulen wie die des Kensington Palace und von Wildfowl and Wetlands Trust Centers, vorgestellt von Emma Morioka (Historic Royal Palaces), Lucy Hellier (Wildfowl & Wetlands Trust) und Hugh Hope-Stone (Hope-Stone Research) und bei Aktivitäten für Community Building wie das in Großbritannien an 21 Standorten umgesetzte Programm „Creative People and Places“, beschrieben von Ruth Melville (Freelance Researcher) und Karl Greenwood (Project Director, Appetite CPP Programme). Interessante Anregungen gaben auch die Evaluationen des von Wendy Gallagher (Whitworth) und Zoë Brown (Tyne & Wear Archives and Museum) beschriebenen Engagements ihrer Museen in Krankenhäusern und der von Helene de Koekkoek (Van Gogh Museum Amsterdam) dargestellten Arbeit ihres Museums mit alten Menschen.

Die Konferenz bot inhaltlich – wie in den vergangenen Jahren – zwei Tage voller spannender Denkanstöße sowie eine Plattform für einen äußerst produktiven Austausch von Theorie und Praxis. Begleitendes Material zur Veranstaltung ist verfügbar unter <<http://visitors.org.uk/measuring-ways-capturing-social-value-intangible-outcomes/>>.

Autorin

Dr. Vera Allmanritter ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim sowie Selbstständige Kulturmanagerin. Sie forscht, lehrt und publiziert u. a. zu den Themen Kulturmanagement und -marketing, Besucherforschung und Audience Development. Im März 2017 erschien ihre an der PH Ludwigsburg verfasste Dissertation *Audience Development in der Migrationsgesellschaft. Neue Strategien für Kulturinstitutionen* im transcript-Verlag.