

Düsseldorf 10/25

Düsseldorf Panel

:DÜSSELDORF
Marketing

Die Teilnehmer*innen haben Fragen rund um das Thema Museumsshops beantwortet.

Hintergrund


Ein schönes Souvenir, ein gutes Buch oder einfach ein Stopp zum Stöbern: Für viele gehört der Besuch im Museumsshop dazu. Jedoch hat nicht jedes Museum in Düsseldorf einen eigenen Museumsshop. Das DüsselPanel möchte wissen, wie wichtig Museumsshops für Düsseldorfer*innen sind und welche Ideen sie für ein gemeinsames Shop-Konzept haben.

Deshalb haben wir unsere Community gefragt: Wie häufig besuchen Sie in etwa ein Museum? Gehen Sie im Anschluss in den Museumsshop? Und welche besonderen Souvenirs oder Produkte haben Sie bereits in Museen gesehen oder sogar gekauft?



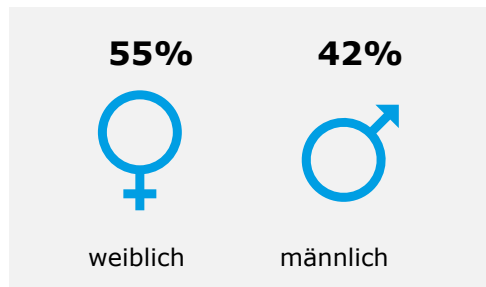
167

**Personen haben an
der Befragung
teilgenommen.**

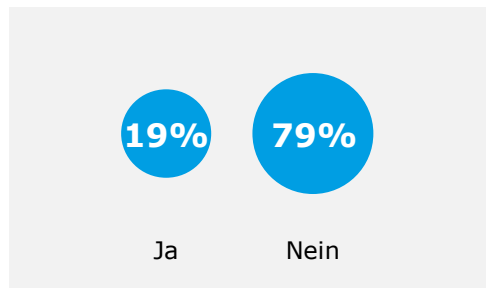


Die Mehrheit der Befragten ist 55 Jahre oder Älter und hat keinen Migrationshintergrund.

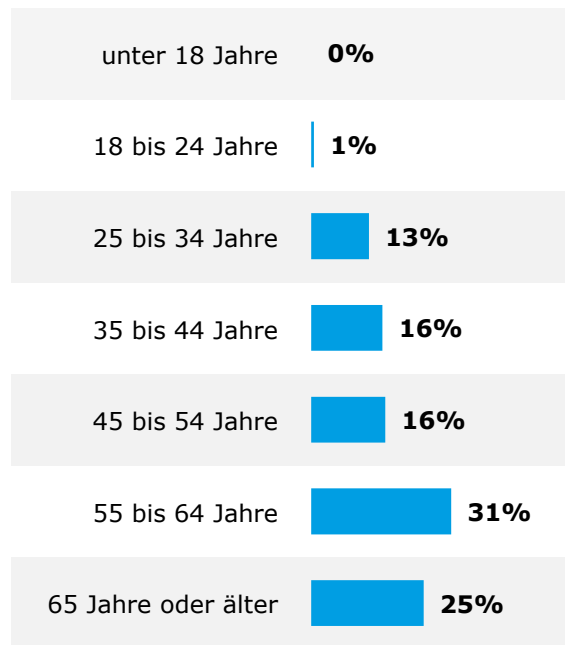
Geschlecht*



Migrationshintergrund*

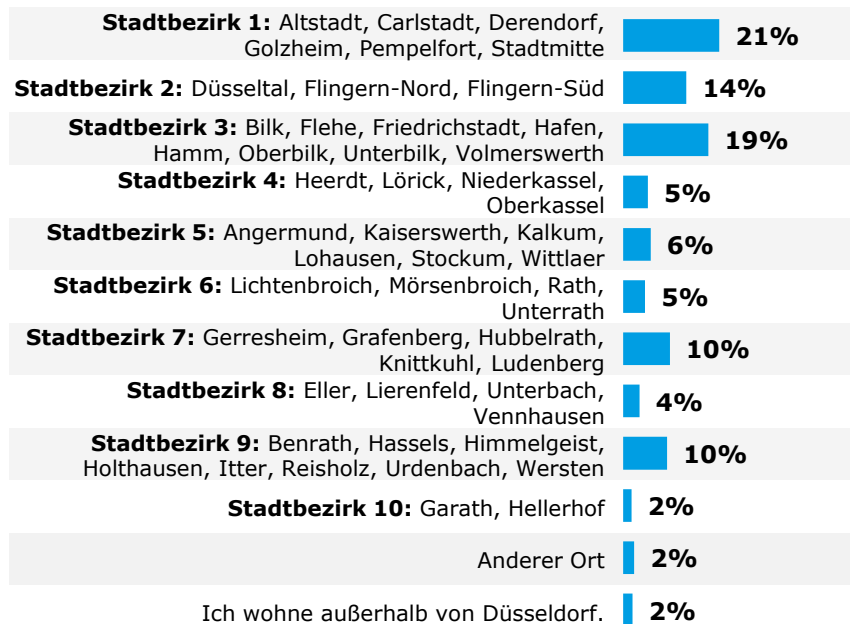


Alter*

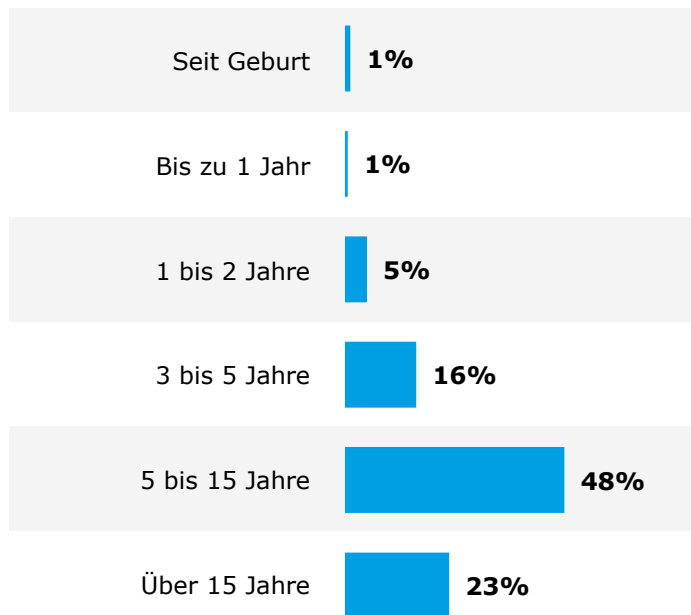


Die Stichprobe ist im Bezug auf Wohnviertel gut durchgemischt und lebt mehrheitlich mehr als 5 Jahre in Düsseldorf.

Wohnviertel*



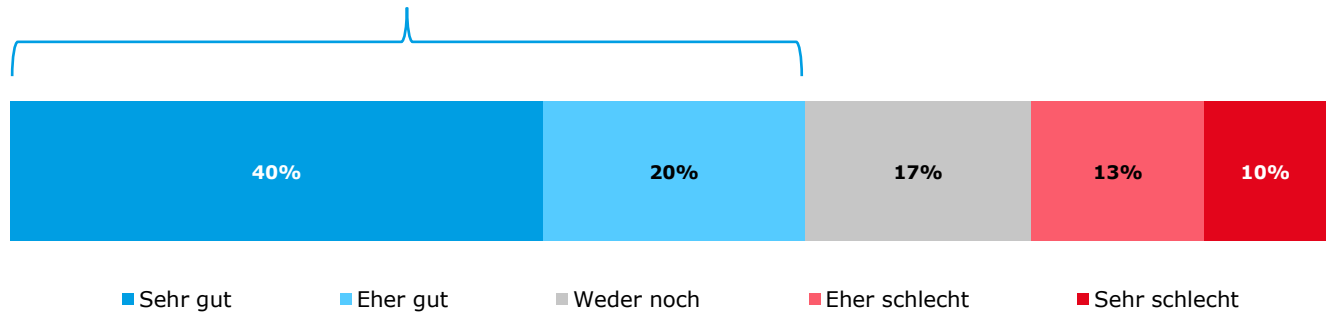
Wohndauer*



Was sind Top-2 Werte?

60
Prozent

Der **Top-2 Wert** fasst die Werte der zwei positivsten Ausprägungen auf einer Skala zusammen. In dem vorliegenden Beispiel also die Ausprägungen „sehr gut“ mit 40 Prozent und „eher gut“ mit 20 Prozent. Somit ergibt der Top-2 Wert 60 Prozent.



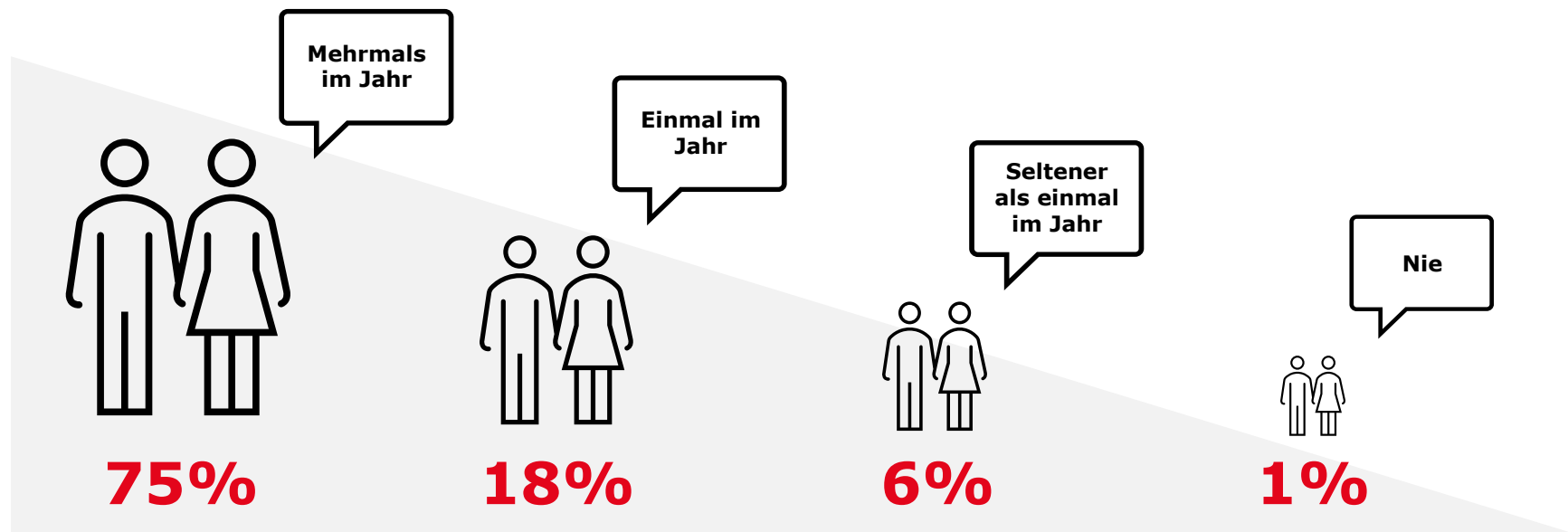
Rund

75%

der Befragten besuchen mehrmals
im Jahr ein Museum.

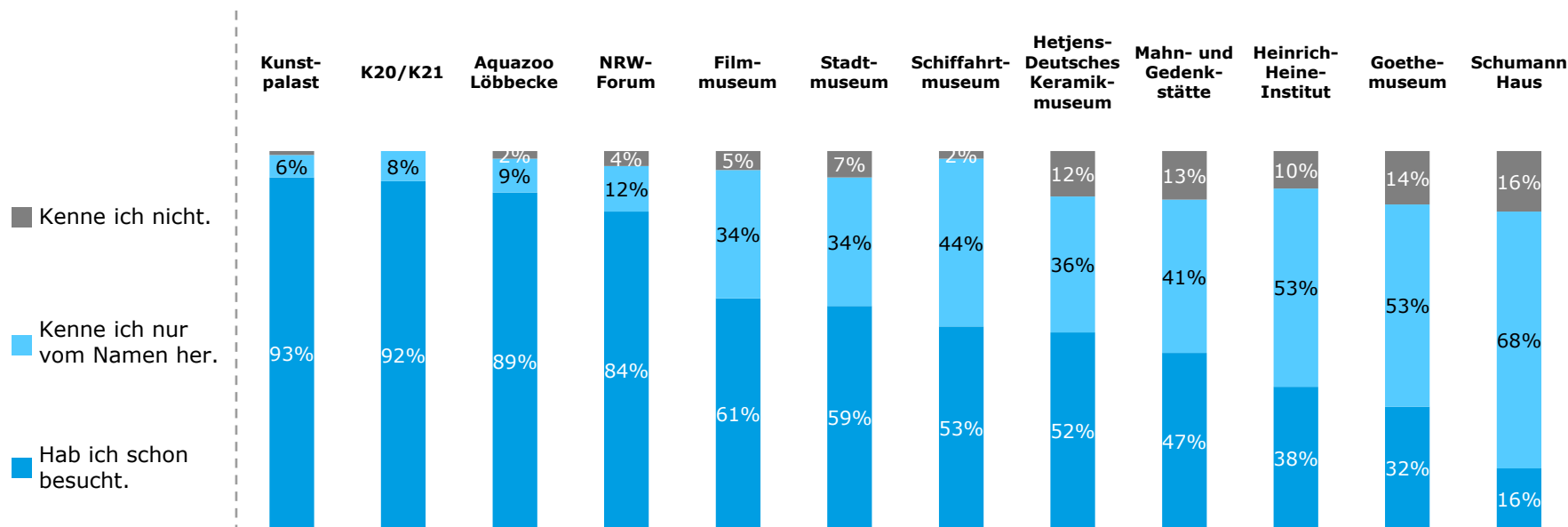
Drei von vier Befragte besuchen mehrmals im Jahr ein Museum, fast alle tun dies mindestens einmal im Jahr.

Museumsbesuche generell



Die Düsseldorfer Museen sind den Teilnehmer*innen bekannt, zumindest dem Namen nach.

Bekanntheit Düsseldorfer Museen



Ich bediene mich aus dem Archiv in meinem Kopf.
I'm pulling from the archive in my head.

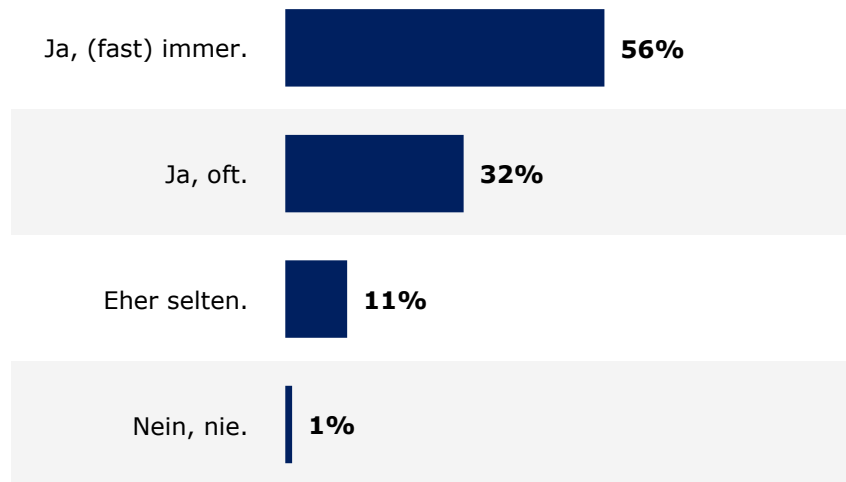
Frank Stella, 2002



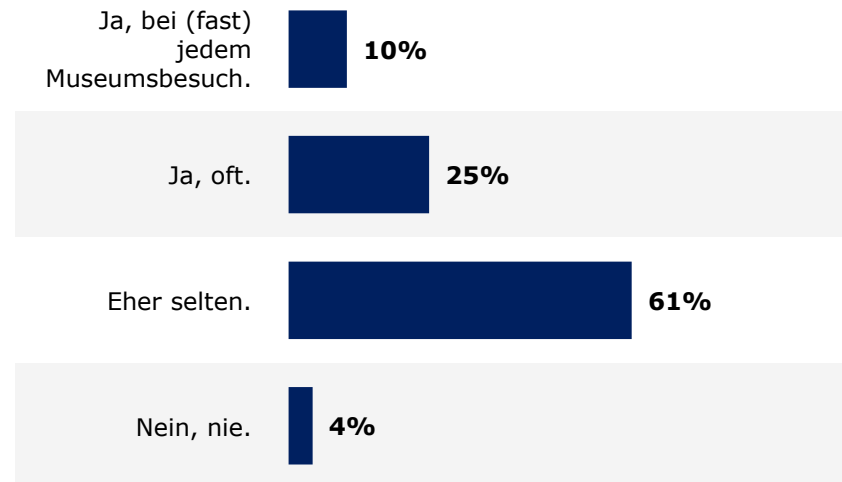
Shop besuche

Für die Mehrheit der Museumsbesucher*innen gehört der anschließende Besuch im Museumsshop dazu, ein Einkauf dort ist kein Muss.

Besuch des Shops



Käufe im Shop



Die Suche nach einem passenden Geschenk oder Mitbringsel ist der meistgenannte Kaufgrund für ein Souvenir.

Kaufgrund



“

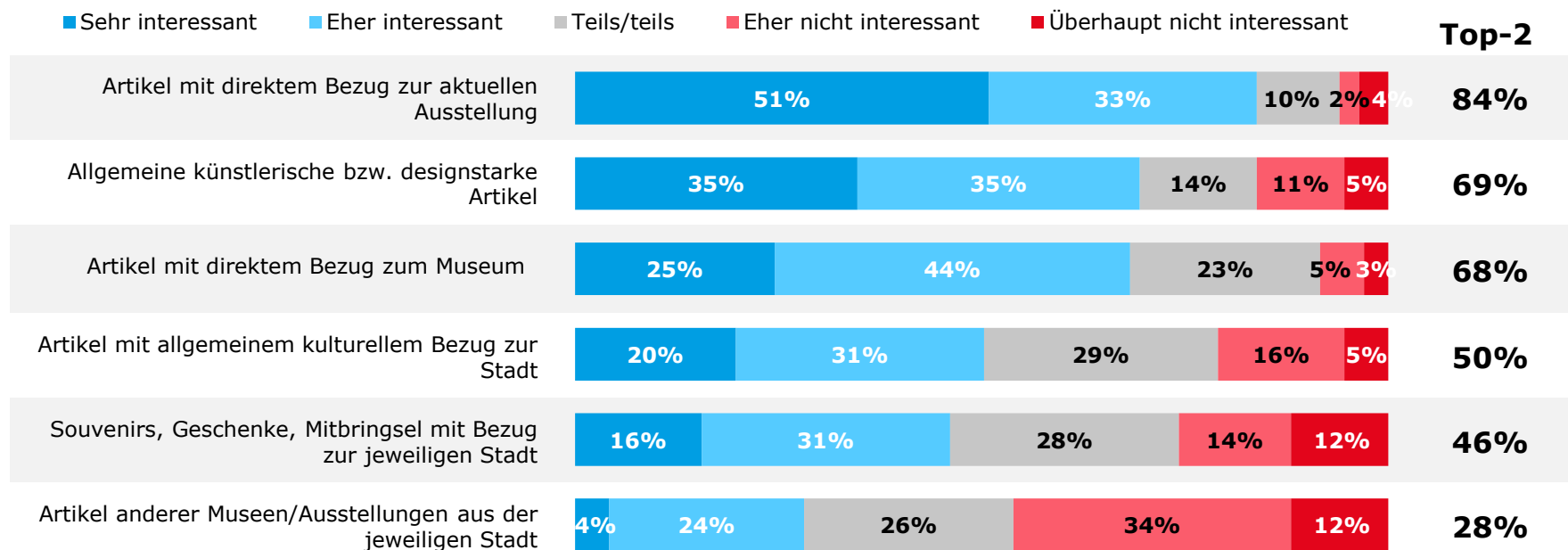
Die Auswahl der Artikel ist speziell, diese bekommt man sonst in keinen Shops.

“

Jeder Museumsshop ist ein besonderer schöner Einkaufsort, auch ohne ins Museum zu gehen.

Die beliebtesten Artikel in einem Museumsshop haben einen direkten Bezug zur aktuellen Ausstellung.

Produktkategorien



Am liebsten sehen die Befragten Bücher, Kataloge und Fachliteratur in Museumsshops.

Produktfavoriten

80%

**Bücher,
Kataloge &
Fachliteratur**

77%

**Poster &
Kunstdrucke**

75%

Postkarten

57%

**Kleine
Dekorations-
artikel**

50%

**Repliken und
Nach-
bildungen**

44%

Schreibwaren

43%

**Haushalts-
waren**

42%

**Typisch lokale
Souvenirs, die
Markenzeichen
der Stadt**

40%

Magnete

39%

Kinderartikel

23%

Kleidung

17%

**Schmuck &
Mode-
Accessoires**

15%

**Lokale
Speisen &
Feinkost**

7%

Sonstiges

Offene Nennungen

Fällt Ihnen ein ganz besonderes Souvenir oder Produkt ein, das sie jemals in einem Museumshop gesehen oder gekauft haben?

“

Ich suche immer nach dem **ikonischen, Künstler** und Ausstellung bestens wiedergebenden und **möglichst alltagstauglichem** Produkt.

“

Tolle Gaudí-inspirierte **Ohringe**, im Shop gab es noch **coole Designer-Teddybears** und Schals

“

T-Shirt in Berlin mit den „**Ampelmännchen-Ost**“ als Motiv

“

Bücher, die ich **woanders nicht entdeckt hätte** (Kunsttheorie, Ästhetik)

“

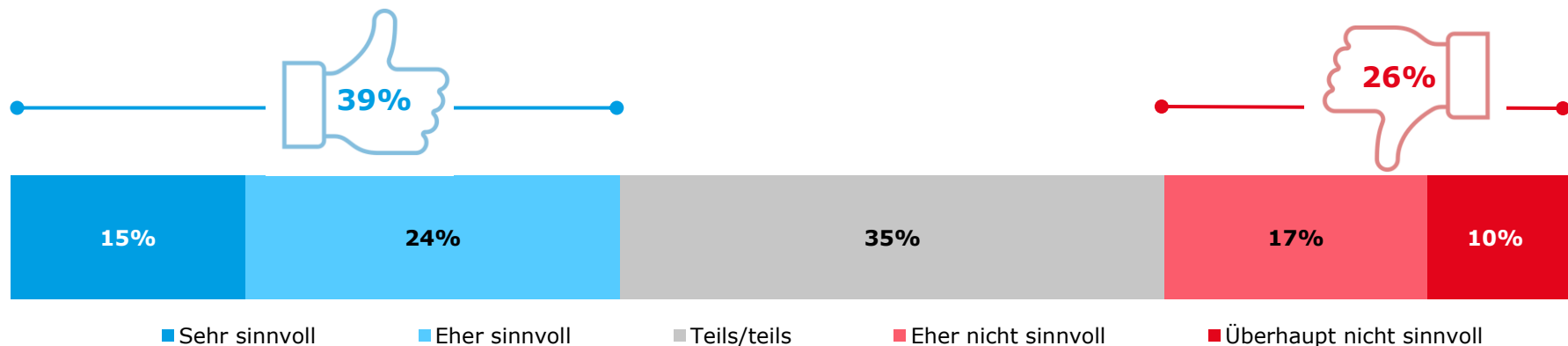
Weihnachtsbaumschmuck in einer Schatulle vom Metropolitan Museum of Art, **freue ich mich heute noch drüber**, nach über 20 Jahren.

Konzept



39% der Befragten bewerten ein einheitliches Shop-Konzept als (eher) sinnvoll.

Einheitliches Shop-Konzept für städtische Museen



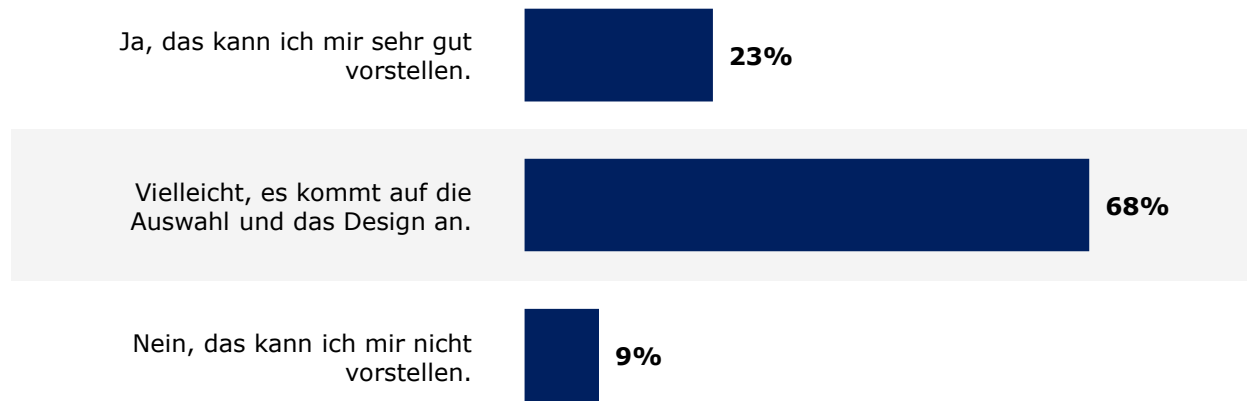
Frage: Wie finden Sie die Idee, dass die städtischen Museen ein einheitliches Shop-Konzept erstellen, um von Synergieeffekten bei Produktauswahl, Gestaltung, Beschaffung, Personalkapazitäten etc. zu profitieren?

Abgefragte Skala: Sehr sinnvoll, Eher sinnvoll, Teils/teils, Eher nicht sinnvoll, Überhaupt nicht sinnvoll

Basis: Alle Befragten, n=167

Die Kaufentscheidung für ein Produkt aus dem einheitlichen Shop-Konzept hängt primär von der Ausgestaltung ab.

Kauf in Shops mit einheitlichem Konzept



A museum exhibit of vintage film equipment. In the background, a large, vibrant portrait of Marilyn Monroe with yellow hair and blue eye makeup is displayed on a pink wall. The foreground is filled with various pieces of film equipment, including two large studio lights on mobile bases, a camera on a tripod, and other mechanical devices. The floor is a light blue color. In the distance, a neon sign with the word 'THEATRE' is visible. The overall atmosphere is that of a historical film studio.

Stimmen

Offene Nennungen

Sonstige Anmerkungen



Exklusive Dinge, die es nicht überall gibt, z.B. besondere Pralinen, Kunst von Akademieabsolventen, einzigartige Dinge lokaler Unternehmen, **limitierte Sonderauflagen** ...



Integration von **lokalen Designern** und Smallbusinesses aus Düsseldorf.



Ich bin für ein **einheitliches Grundsortiment** und **spezifische Highlight** in den einzelnen Museen



Ein **Grundsortiment, welches in allen Shops gleich ist**, macht durchaus Sinn. Die Shops sollten allerdings nach wie vor Designs der einzelnen **aktuellen Ausstellungen und Museen** haben.



Eine **Sammelkarte** - in jedem Shop bekommt man einen Stempel und bei voller Karte, bekommt man z.B. einen **freien Eintritt** (gültig für 3-6 Monate)

Offene Nennungen

Sonstige Anmerkungen



Das **jeweilige Museum** sollte noch erkennbar sein.



Bleibt **individuell!**



... bitte **keine einheitliche** Gestaltung, es gibt davon schon zu viel. Der Charm beim Besuch eines Shops ist **das Besondere, das Einzigartige**, das Entdecken, nicht das Uniforme



Es sollte auch **nicht zu einheitlich** sein, sonst schau ich vielleicht dann doch nicht mehr rein, weil ich ja den Shop aus dem anderen Museum kenne. Ich finde es sollte schon **dem Museum teilweise angepasst sein**. Ich finde auch den Museum-Shop des **Bauhaus-Museums in Dessau** ist ein gutes Vorbild.



Ich fände es **schlimm, wenn alle Museumsshops gleich wären**. Es hat den Innenstädten auch nicht gut getan, dass überall die gleichen Ketten und Flagshipstores vertreten sind. Das ist grottenlangweilig.

Düsseldorf

Nähe trifft Freiheit

Herausgegeben von:

:DÜSSELDORF
Marketing

Düsseldorf Marketing GmbH
Benrather Straße 9
40213 Düsseldorf

Philipp Jahn
Senior Manager Insights & Participation

Jasmin Ismail
Insights & Participation