

Stadt Osnabrück
Die Oberbürgermeisterin

Vorlagennummer: VO/2026/5588
Vorlageart: Mitteilungsvorlage
Öffentlichkeitsstatus: öffentlich

Ergebnisse einer Nichtbesucherstudie zu Osnabrücker Museen

Datum: 01.06.2026
Federführung: Vorstand für Bildung, Kultur und Familie
Fachbereich Kultur

Beratungsfolge

Gremium	Datum	Sitzungsart	Top-Nr.
Kulturausschuss (Kenntnisnahme)	18.06.2026	Ö	

Der Inhalt der Vorlage unterstützt folgende/s strategische/s Ziel/e:

Vielfältiger Kulturstandort und lebendige Friedensstadt - vielfältig-offen-kreativ (Ziel 2021-2030)

Sachverhalt:

Studierende der Hochschule Osnabrück haben Ende 2025 eine wissenschaftliche Untersuchung durchgeführt, um Gründe für den Nichtbesuch der städtischen Museen durch junge Erwachsene (18–27 Jahre) zu ermitteln. Das Praxisprojekt wurde im Rahmen der jährlichen Zusammenarbeit der Stadt und der Hochschule Osnabrück bei den Bachelor-Studiengängen Öffentliche und Allgemeine Verwaltung durchgeführt. Die Idee für das Thema kam vom Fachbereich Kultur.

Grundlage ist eine standardisierten Online-Befragung mit 130 ausgewerteten Teilnehmenden aus der Zielgruppe, überwiegend Studierende mit Wohnsitz in Osnabrück oder Umgebung. Der Anspruch der Studie ist nicht, statistisch repräsentative Aussagen über die Zielgruppe zu treffen, sondern systematisch Erkenntnisse zu Barrieren, Einstellungen und Erwartungen von Nichtbesucherinnen und Nichtbesuchern zu gewinnen. Die Studie liefert belastbare, wiederkehrende Muster zu Besuchsbarrieren und Erwartungen und schlägt konkrete Verbesserungsansätze vor.

Ergebnisse

Die befragten jungen Erwachsenen lehnen Museen nicht grundsätzlich ab, empfinden sie jedoch häufig als nicht relevant für ihren Alltag. Das zentrale Defizit läge in Sichtbarkeit, Ansprache und zeitgemäßen Formaten, weniger im kulturellen Auftrag selbst. Aus ihrer Sicht sollten Museen konsequent an die Lebensrealität junger Menschen angepasst und aktiv in deren Freizeitwelt integriert werden. Nur wenigen Befragten ist das Kulturticket für Studierende bekannt.

Fazit

Museen in Osnabrück könnten durch spezifische und gut kommunizierte Angebote für die junge Zielgruppe noch attraktiver gestaltet werden. Der aus Sicht der Studierenden wichtige Eventcharakter passt zu den Erkenntnissen des Austausches mit dem LWL in Münster.

Erweiterte Kommunikation, Öffnungszeiten und Events insbesondere in den Abendstunden sind allerdings mit personellen, finanziellen und teils auch räumlichen Herausforderungen verbunden. Voraussetzung für die Umsetzung der Bedürfnisse ist sowohl eine Prüfung der Angebote als auch eine Deckung eines drängenden finanziellen Mehrbedarfs für Werbung, Personal und Programmgestaltung.

Mit den ASten der Universität und der Hochschule wird besprochen, wie die Werbung insbesondere für das Kulturticket verbessert werden kann. Geprüft werden zudem weiterführende Möglichkeiten der Befragung bzw. Datenerhebung zu (Nicht-)Besuchenden, die unter anderem für gezielte Werbung genutzt werden könnten.

Exkurs

Anknüpfungspunkte bietet der Vortrag „Das Kulturpublikum der Zukunft. Wie können Kultureinrichtungen mit Audience Development und Community Building nachhaltig ‚Orte der Bevölkerung‘ werden?“ von Prof. Dr. Vera Allmanritter, Leiterin des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf) in Berlin. Dieser ist online abrufbar unter <https://vimeo.com/907387644> (Stand 27.05.2026).

gez. Mersinger

Anlage/n

- 1 - Nichtbesucherstudie zu Osnabrücker Museen 2025 - Zentrale Ergebnisse (öffentlich)
- 2 - Nichtbesucherstudie zu Osnabrücker Museen 2025 (öffentlich)