

Besucher Experience Museum

Überprüfen und optimieren Sie die
Besucherezufriedenheit!



Evaluation Museum Eye-Tracking-Studie

Für viele Museen und Ausstellungseinrichtungen ist heute das Prinzip "Besucherorientierung" ein wesentlicher Erfolgsfaktor und daher Bestandteil zeitgemäßer Museumsarbeit.

Wir unterstützen Museen und Ausstellungseinrichtungen durch Besucherzufriedenheits-Tests und optimieren die Besucher Experience.

Dabei ist es nicht nur wichtig, die Zufriedenheit der Besucher zu kennen, sondern Informationen über das gesamte Besuchererlebnis, und dies aus der Besucherperspektive, zu erfahren, um alle einzelnen Faktoren kennenzulernen, die positiv oder negativ zum Besuchererlebnis beitragen können. Nur durch die genaue Kenntnis von Problemstellen können Verbesserungsmaßnahmen entwickelt und die Museums Experience optimiert werden.

Dafür bedienen wir uns spezieller Methoden, die Eyetracking und qualitatives Interview kombinieren.



Gazeplots zeigen den Blickverlauf während ein Besucher durch eine Ausstellung geht.

Eye-Tracking

Mittels Eyetracking können wir messen, welche Elemente Aufmerksamkeit binden und in welcher Reihenfolge die Wahrnehmung erfolgt. Wir finden heraus, wie Besucher visuelle Entscheidungen treffen und analysieren, wie Sie diese lenken können.

Eyetracking ermöglicht die objektive Überprüfung, was der Besucher gesehen und gelesen hat. Statt einer Interviewfrage wie „Wurde beim Exponat X der Begleit-Text gelesen“, woran sich viele Besucher nicht erinnern werden, kann anhand der Eyetrackingdaten direkt ausgewertet werden:

- Ob die Besucher das Exponat betrachtet haben (eventuell auch nur unbewusst).
- Ob die Besucher Begleit-Texte gelesen haben oder nicht.
- Wie lange und intensiv ein Exponat betrachtet wurde.



Beispiele für Faktoren des Besuchererlebnisses

Vor dem Besuch

- Welche Erwartungen und Vorstellungen existieren vor dem Museumsbesuch (mentales Modell), z.B. was den Umfang der Ausstellung, den Gegenwartsbezug, die Interaktivität etc. betrifft.

Orientierung

- Finden sich die Besucher im Museum / der Ausstellung ohne fremde Hilfe zurecht? Wo treten Unklarheiten auf?
- Werden Qualitätskriterien für die Beschilderung eingehalten (Z.B. Schrift, Kontrast, Position des Textes, Anbringungshöhe, Beleuchtung etc.).
- Wo gibt es potentielle Schwachstellen der Wegführung/des Leitsystems, an denen Besucher desorientiert sind bzw. ohne Hilfe nicht weiterkommen?
- Gibt es Bereiche im Museum / der Ausstellung die wenig beachtet werden? Wir finden heraus, was die Gründe dafür sind!



Beispiele für Faktoren des Besuchererlebnisses

Bildung und Vermittlung

- Sind die gezeigten Informationen verständlich?
- Wird die "Sprache des Besuchers" gesprochen?
- Welche Besucher nutzen welches Angebot?
- Werden bestimmte Inszenierungen verstanden?



Lesbarkeit, Verständlichkeit

- Wird die Beschilderung des Leitsystems gelesen und verstanden?
- Was wird gelesen, was wird nicht gelesen und warum?
- Werden Beschreibungen einzelnen Exponaten richtig zugeordnet?
- Wo werden Kommunikationselemente erwartet?



Aufbau und Reihenfolge

- Werden Themenwelten wahrgenommen und verstanden?
- Wird eine Reihenfolge (z.B. Nummerierung oder Jahreszahlen) verstanden und in der richtigen Abfolge besucht?

Beispiele für Faktoren des Besuchererlebnisses

Interaktivität

- Werden interaktive Elemente als interaktiv wahrgenommen und genutzt? Z.B. Touchscreens, Kiosksysteme etc.
- Sind die interaktiven Systeme benutzerfreundlich und tragen sie zu einer positiven User Experience bei?



Nach dem Besuch / Allgemein / Zufriedenheit

- Wie ist der Gesamteindruck der Ausstellung?
- Wie hoch ist die Zufriedenheit mit der Ausstellung? Hat sich der Besuch gelohnt?
- Wie war das Erlebnis im Vergleich zu den Erwartungen?
- Wird der Besucher das Museum weiterempfehlen?
- Erleben Benutzer eine positive Customer Experience?
- Macht der Besuch des Museums Spaß, ist er lehrreich, interessant, informativ?
- Was wurde erinnert?
- Welche Hauptbotschaften wurden vermittelt?

Beispiele für Faktoren des Besuchererlebnisses

Broschüren und Leitfäden

- Bevorzugen Besucher gedruckte Übersichtspläne oder Übersichtstafeln?
- Werden Folder angenommen?
- Haben sie das geeignete Format?
- Sind die Printmaterialien nützlich und hilfreich?

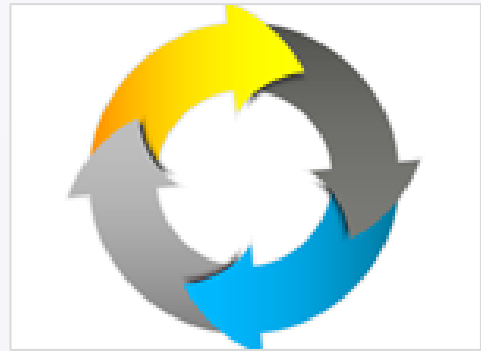


Ablauf

Zur Auswahl der Testpersonen werden Besucher vor dem Eingang/am Parkplatz/im Foyer angesprochen, die vorhaben, die Ausstellung zu besichtigen. Sie erhalten als Gegenleistung für Ihre Teilnahme freien Eintritt oder einen Gutschein für den Museumsshop oder Gastrobereich o.ä.

Die Testpersonen werden mit einer Eyetracking-Brille ausgestattet. Sie besuchen selbständig die Ausstellung. Ein erfahrener Moderator begleitet sie und stellt an kritischen Stellen Fragen und führt nach der Testung ein Abschluss-Interview (strukturiertes Tiefeninterview) durch. Der geplante Inhalt dieses qualitativen Interviews wird mit dem Auftraggeber abgesprochen. Es können beliebige weitere Daten erfasst werden, wie z.B. Freundlichkeit der MuseumsmitarbeiterInnen, Preis-/Leistungsverhältnis, Artikel-Auswahl im Shop etc.

Die Testungen werden mittels spezieller Eyetracking-Software aufgezeichnet: Alles was der Besucher betrachtet wird aufgezeichnet. Der Weg des Besuchers durch die Ausstellung/das Museum wird nachträglich analysiert.



Ergebnisse

Die Studie zeigt im Detail, welche Problemstellen vorhanden sind und welche Verbesserungsmaßnahmen notwendig sind. Alle Problemstellen werden erhoben und nach ihrer Dringlichkeit klassifiziert. Es werden konkrete Empfehlungen für Verbesserungsmaßnahmen entwickelt.

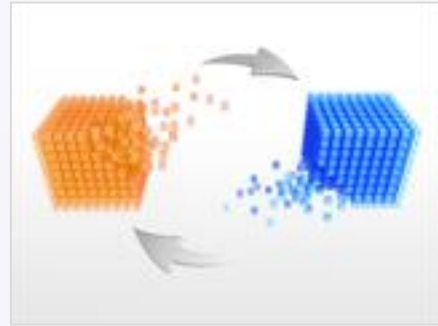


Beispiele für Empfehlungen

- Konkrete Vorschläge zur Optimierung der Kommunikationselemente (Bildsprache, Beschilderung, Wording etc.)
- Konkrete Vorschläge zur Verbesserung des Leitsystems: Wo sollen Beschilderungen/Wegbeschreibungen angebracht werden und in welcher Form?
- Gestaltungsempfehlungen für die Beschilderung: Positionierung, Schrift, Informationsmenge etc.
- Welche Icons sollten verwendet werden?
- Wie soll die Besucherlenkung erfolgen?
- Wie groß müssen Beschriftungen sein, damit diese wahrgenommen werden?
- Sollen Bodenmarkierungen verwendet werden und wenn ja, wo sollten diese angebracht werden?
- Soll ein Farbleitsystem verwendet werden und wenn ja, wie?
- Gestaltungsempfehlungen für interaktive Systeme.

Spezialfall Formative Evaluation (Front-end Evaluation)

Wie in vielen anderen Bereichen ist es auch bei einer Neukonzeption von Ausstellungen kostengünstiger, Verbesserungen und Optimierungen bereits während des Aufbaus durchzuführen, als nach der Eröffnung. Bei der formativen Evaluation wird bereits ein früher Prototyp getestet und so lange verbessert, bis das Ergebnis zufriedenstellend ist. Das Prototyping kann sich auf einzelne Ausstellungsstücke beziehen – z.B. interaktive Elemente – oder auf Teile oder die ganze Ausstellung.



Kontakt

Interface Consult GmbH
Tel. + 43 (0)1 204 86 50
Praterstraße 33/12
1020 Wien
office@usability.at
www.usability.at