

[www.usability.at](http://www.usability.at)



# Visitor Experience Museum

Überprüfen und optimieren Sie die  
Besucherzufriedenheit!

Für viele Museen und Ausstellungseinrichtungen ist heute die Besucherzufriedenheit 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 Details über das gesamte Besuchererlebnis zu erfahren.

Eyetracking ermöglicht uns, alle einzelnen Faktoren aus der Besucherperspektive 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.



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

# Eyetracking

Creating great user experiences

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 Eyetracking-Daten direkt ausgewertet werden:

- Ob Besucher sich orientieren konnten. z.B. Exponate in der richtigen Reihenfolge betrachteten.
- Ob die Besucher Begleit-Texte gelesen haben oder nicht.
- Wie lange und intensiv ein Exponat/Schild/Information etc. betrachtet wurde.



# Beispiele für Faktoren des Besuchererlebnisses

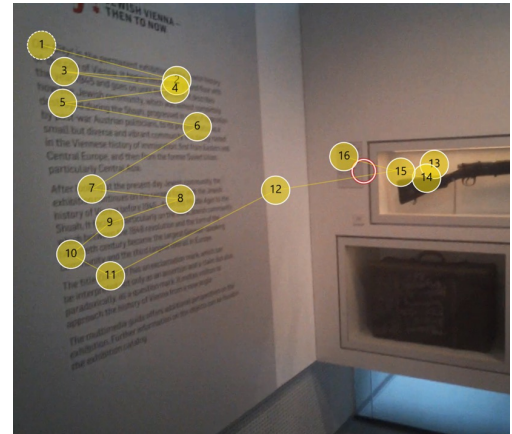
Creating great user experiences

## 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/Besucherlenkung

- 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 oder gar nicht gefunden werden? Wir finden heraus, was die Gründe dafür sind, und geben konkrete Empfehlungen dazu ab, wie Problemstellen behoben werden können!



# Beispiele für Faktoren des Besuchererlebnisses

Creating great user experiences

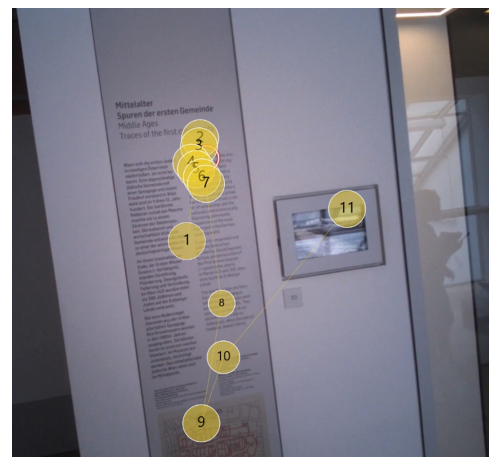
## Bildung und Vermittlung

- 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

Creating great user experiences

## Interaktivität

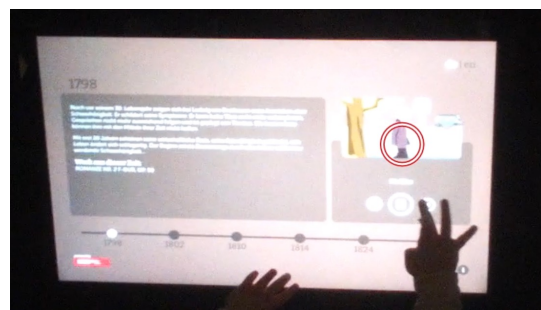
- Besucher erwarten heute in Museen interaktive Systeme wie Touchscreens, Kiosksysteme etc.
- In der Studie gilt es herauszufinden, ob die interaktiven Elemente überhaupt als interaktiv wahrgenommen und genutzt werden.
- Wir evaluieren, ob die interaktiven Systeme benutzerfreundlich sind und zu einer positiven User Experience beitragen.
- Optimal ist eine begleitende User Experience Beratung schon während der Entwicklung dieser Geräte.



## Nach dem Besuch / Allgemein / Zufriedenheit

In einem Post-Test Interview möchten wir abschließend folgende Fragen klären:

- 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

Creating great user experiences

## Broschüren und Leitfäden

Mittels Eyetracking und Interview können die folgenden Fragen beantwortet werden:

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



Testpersonen werden mit einer Eye-tracking-Brille ausgestattet. Sie besuchen selbstständig die Ausstellung. Ein erfahrener Moderator begleitet sie und stellt an kritischen Stellen Fragen und führt vor und 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 Eye-tracking-Software aufgezeichnet: Alles, was der Besucher betrachtet, wird aufgezeichnet. Der Weg des Besuchers durch die Ausstellung/das Museum wird nachträglich analysiert.





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.)
- 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.

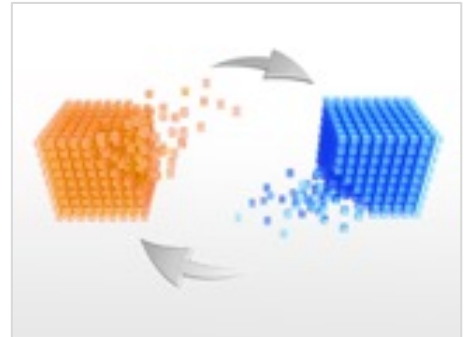


# Spezialfall Formative Evaluation (Front-end Evaluation)

Creating great user experiences

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 – z.B. Schilder auf Papier oder Karton - 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.



Interface Consult GmbH

Tel. +43 1 280 60 17

[office@usability.at](mailto:office@usability.at)

[www.usability.at](http://www.usability.at)

Praterstraße 33/12

1020 Wien