

Forschungsprojekt am Deck 50 des Naturhistorischen Museum Wien

Juli 2021

Interessant, modern und interaktiv – das sind die meist-genannten Stichworte der befragten Gäste des Naturhistorischen Museums in Wien nach einem Besuch von „Deck 50“. Der neue Saal für Wissenschaftskommunikation begeisterte Studierende und ProbandInnen des Projektes gleichermaßen.

Deck 50 ist eine offene Innovations- und Experimentierplattform im Naturhistorischen Museum Wien. Besucher und Besucherinnen können hier - durch aktives Handeln und neue Formen der Kommunikation - am gesellschaftlichen Diskurs teilnehmen. Der Zusammenhang zwischen Forschung und Gesellschaft soll im Deck 50 für alle Altersgruppen sichtbar und erlebbar gemacht werden - ein Raum zum Forschen, Experimentieren und für den Austausch mit Fachleuten, mit interaktiven Prozessen und Beteiligungsorientierung.

Im Rahmen des eben abgeschlossenen Projektes wurde von einer Studierendengruppe des Instituts für Service Marketing und Tourismus unter der Seminarleitung von Dr. Wolfgang Sovis mittels Beobachtung und Befragung von Gästen das Deck 50 in der Pre-Opening-Phase untersucht. Geklärt wurde, wie die Besucherakzeptanz, die Kundenzufriedenheit und Wünsche der Gäste an die zukünftige Entwicklung dieses Erlebnisraumes einzuschätzen sind.

Dabei wurden sowohl der neue Erlebnisraum in seiner Gesamtheit, als auch die unzähligen Stationen im Detail untersucht. Der helle Raum mit seinen offenen Stationen hebt sich gänzlich von den historischen Schausälen des Hauses ab und lädt seine Gäste zum aktiven Mitmachen ein.

Von den Gästen gab es großes Lob für die meisten Stationen; als besonders ansprechend wurde die Dinoshow angesehen, die mittels riesigem Screen raumgreifend wirkt und die Gäste in ihren Bann zieht. Ebenfalls sehr gute Bewertungen wurden für jene Stationen gegeben, die spielerisch zu aktuellen Themen Wissen vermitteln und bei denen die Gäste aktiv ihre Meinungen und Empfindungen einbringen können.

Die meisten Stationen haben den Befragten Spaß gemacht, sie haben viel Neues erfahren, die Stationen haben optisch gut gefallen, und einige Stationen haben auch den Forschergeist der Gäste geweckt. Obwohl aufwändig und anspruchsvoll ausgeführt, wurden die Stationen nicht als zu technisch empfunden und die Inhalte von den Gästen recht gut verstanden.

Als wichtige Anregungen wurden die Verbesserung der zielgruppenadäquaten Erläuterung zur Benutzung der Stationen, das Anbringen von zusätzlichen Orientierungshilfen im Raum und die Lösung von kleineren technischen Problemen gegeben.

Sehr gute Werte bei der Wiederbesuchsabsicht und bei der Weiterempfehlungsabsicht versprechen eine positive Wirkung auf die Zufriedenheit und auf das künftige verstärkte Interesse der BesucherInnen.

Covidbedingt wurde dieses Projekt zunächst mit einer kleinen Fallzahl als erste orientierende Befragung durchgeführt und soll möglichst nach den ersten Erfahrungen im laufenden Betrieb mit einer größeren ProbandInnenzahl wiederholt werden.

Rückfragen bitte an:

Dr. Wolfgang Sovis c/o Institut für Service Marketing und Tourismus

E-Mail: service.marketing@wu.ac.at