

7. Februar 2024

Pilotprojekt "Selbstbedienungsmuseum"

Leitfaden

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangslage	1
2. Ziele	2
3. Vorgehen in Schritten	2
3.1 Schritt 1: Aufnahme des Ist-Zustandes des Museums.	2
3.2 Schritt 2: Systematisierung und Präsentation der Erkenntnisse, Vorbereitung der Bedürfnisanalyse.	3
3.3 Schritt 3: Bedürfnisanalyse und Ausformulierung der spezifischen Probleme und Schwachstellen des Museums.	3
3.4 Schritt 4: Szenarien und Handlungsempfehlungen entwickeln	8
3.5 Schritt 5: Prüfung, ob Selbstbedienungsansatz möglich und erwünscht ist.	8
3.6 Schritt 6: Prüfung, welche alternative Szenarien möglich sind.	9
4. Zusammenfassung und Handlungsempfehlung	10
Anhang	11
Anleitung / Checkliste Bedürfnisanalyse Museen und Präsentationsvorlage zur Auswertung der Bedürfnisanalyse des Museums	11
Beispielprojekt Selbstbedienungsmuseum	15

1. Ausgangslage

Viele Tourismusdestinationen in der Schweiz haben eine grosse Anzahl verschiedener kleiner Museen, die aufgrund von geringen personellen und anderen Ressourcen eingeschränkt sind und keine erweiterten Öffnungszeiten anbieten können. Ausserdem ist aufgrund dieser Lage das Vermittlungsangebot solcher Museen oft nicht zeitgemäss und so nicht attraktiv genug, um ihr touristisches Potenzial zu aktivieren. Weitere Herausforderungen sind Finanzmittel, Ertragsabhängigkeit, wenige Zielgruppen („Schlechtwetterprogramm“), Assoziationen mit etwas Langweiligem und „Verstaubtem“.

Dies hat zur Folge, dass diese Museen die meiste Zeit geschlossen bleiben und ihre identitätsstiftende Rolle und Vermittlungsfunktionen nicht erfüllen können und somit für Tourismus viel weniger relevant sind, als sie potenziell sein sollten.

Im Rahmen des Pilotprojektes „Selbstbedienungsmuseum“ haben 4 Destinationen mit ihren Museen diese Probleme gemeinsam analysiert und geprüft, ob bei ihnen ein „Selbstbedienungsmuseum“ realisierbar ist und welche alternativen Möglichkeiten es gibt, um die Museen attraktiver für den Tourismus zu machen.

Teilnehmende Museen und Destinationen:

- Museum Regional Savognin (Val Surses)
- Museum für Landschaft Saanen (Gstaad Saanenland)
- Ortsmuseum Vaz/Obervaz (Lenzerheide)
- Museum Kunst + Wissen, Diessenhofen (Thurgau)

Unter dem Begriff „Selbstbedienungsmuseum“ wird eine Möglichkeit gemeint, das Museum über ein elektronisches Schlüsselsystem und eine mobile App den Besuchenden auch ausserhalb der Öffnungszeiten zugänglich zu machen.

2. Ziele

Mit den nachfolgend vorgeschlagenen Massnahmen sollen folgende Ziele erreicht werden:

- eine stärkere Zusammenarbeit des Museums mit dem Tourismus, die Angebotspalette der Destination bereichern würde.
- Museen sollen fit und attraktiv für den Tourismus gemacht werden.
- eine Umsetzungsplanung für die konkreten Museen mit Trägerschaft / Verantwortlichkeit, Massnahmen, Mittelbedarf und Timing sollen im nächsten Schritt erarbeitet werden.

3. Vorgehen in Schritten

Zur Erreichung der genannten Ziele werden folgende Massnahmen vorgeschlagen:

3.1 Schritt 1: Aufnahme des Ist-Zustandes des Museums.

Der Fragebogen zur Aufnahme des IST-Zustandes (siehe Anhang) wird der Museumsleitung im Voraus geschickt. Es wird jedoch stark empfohlen, einen Museumsbesuch in Begleitung der Museumsleitung zu vereinbaren und die Fragen im Gespräch vor Ort zu stellen.

Öffnungszeiten und Besucherstatistiken

Führt die Verlängerung der Öffnungszeiten des Museums sofort automatisch zu den höheren Besucherzahlen? Dieser Zusammenhang ist bei jedem Museum anders, weil er auch von solchen Faktoren wie zum Beispiel die Lage des Museums, Besucherströme in der Destination, Verkehrsinfrastruktur, Saisonalität, Wetter, Bekanntheitsgrad und Kommunikationsreichweite etc. abhängig ist. Auch Zielgruppen des Museums und seine Vermittlungsstrategie können da eine Rolle spielen. Besuch einer Schulklasse unterscheidet sich in dieser Hinsicht von einem Familien- oder Individualbesuch. Mit Hinblick auf diese Faktoren kann man viele wichtige Besonderheiten im Gespräch mit der Museumsleitung feststellen.

Architektonische Gegebenheiten

Grundlegend für das „Selbstbedienungsmuseum“ ist der bauliche Faktor: Lässt sich das Museum überhaupt zum Selbstbedienungsmuseum umbauen? Kann die ganze Exposition ausserhalb der Öffnungszeiten selbstständig besichtigt werden oder empfiehlt es sich, nur einen Teil des Museums zum „Selbstbedienungsmuseum“ zu machen, während der andere Teil nur innerhalb der Öffnungszeiten zugänglich bleibt?

Inhalte der Exposition, Vorhandensein der Wechsellausstellungen

Bei den Fragen zu Themen und Inhalten des Museums sind vor allem 3 Aspekte zentral: Sicherheit, Vermittlung und Kommunikation. Wie wertvoll sind die Ausstellungsobjekte, wie sind sie versichert? Welche Sicherheitsmassnahmen oder Anpassungen bei der Exposition und im Vermittlungskonzept werden notwendig sein, wenn das Museum zu einem Selbstbedienungsmuseum wird. Wie gross ist dieser Aufwand? Gibt es vielleicht thematische Berührungspunkte mit der Kommunikationsstrategie der DMO und anderer Leistungsträger in der Destination? Vielleicht ergeben sich einige Grundlagen für gemeinsame Projekte mit dem Museum.

Der Umbau zu Selbstbedienungsmuseum sieht auch entsprechende Anpassungen in der Exposition und im Vermittlungskonzept vor. Es werden eventuell Massnahmen erforderlich sein, um das Risiko von Vandalismus und Diebstahl auszuschliessen oder möglichst zu minimieren. Wenn die Ausstellung ursprünglich so konzipiert ist, dass man die Exponate auch berühren oder ihre Funktionsweise ausprobieren kann, und beim Umbau zum Selbstbedienungsmuseum zum Beispiel eine

einbruchfeste Glaswand installiert wird, die die Ausstellung in ein Schaudépot verwandelt, dann bietet man ausserhalb der Öffnungszeiten des Museums kein gleichwertiges Erlebnis, wie während der Öffnungszeiten. Das müsste auch entsprechend kommuniziert werden und idealerweise auch Anpassung des Eintrittspreises zur Folge haben.



Besuch des Museums kunst + wissen Diessenhofen und Interview mit der Museumsleiterin Lucia Cavegn durch Thurgau

Wenn man solche Kompromisse nicht eingehen möchte, sollte man eine Umkonzipierung der Dauerausstellung in Betracht ziehen.

Dabei ist es wichtig, hervorzuheben, dass allein der Faktor „Selbstbedienung“, also die Möglichkeit, das Museum ausserhalb der Öffnungszeiten unbeaufsichtigt zu besuchen, auch schon ein exklusives Erlebnis bietet und könnte mit entsprechenden Anpassungen im Vermittlungsangebot sehr positive Emotionen bei den Besuchenden auslösen. Ein Paradebeispiel von einem erfolgreichen Erlebnisangebot, das auf diesem Prinzip basiert, ist der Circuit Secret von Talenti Lab (Jura Tourisme).

Lage des Museums

Vorhandensein der touristischen Leistungsträger in der Nähe des Museums hat Potenzial für verschiedene Möglichkeiten, das Museum den Touristen zugänglicher zu machen. Ein benachbartes Café könnte zu „Museumscafé“ werden. Ein Souvenirladen oder kleines Geschäft könnte auch Ausstellungskataloge, Souvenirs oder Postkarten des Museums verkaufen. In der Lobby des benachbarten Hotels könnte eine Pop-Up-Ausstellung organisiert werden. Ausserdem könnten Mitarbeitende der benachbarten Betriebe oder Institutionen sich für das Museum engagieren und ausserhalb der Öffnungszeiten nach Anfrage den Touristen das Museum aufmachen oder sogar kleine Führungen anbieten.

3.2 Schritt 2: Systematisierung und Präsentation der Erkenntnisse, Vorbereitung der Bedürfnisanalyse.

Es wird empfohlen, die Präsentationsvorlage zur Systematisierung der durch die Interviews und Museumsbesuche gewonnenen Erkenntnisse zu nutzen (siehe Anhang), um eine Zusammenfassung dieser Erkenntnisse zu machen und zu präsentieren.

3.3 Schritt 3: Bedürfnisanalyse und Ausformulierung der spezifischen Probleme und Schwachstellen des Museums.

Die Erkenntnisse aus dem Interview und Museumsbesuch können einfacher analysiert werden, wenn man sie an folgenden 8 zentralen Punkten misst:

- Potenzieller Zugang Selbstbedienung
- Eintrittssystem mit Bezahlung
- Aufwand Massnahmen für unbegleitete Vermittlung
- Einbezug in die Angebote der Destination
- Aufwand Sicherungsmassnahmen für die Objekte
- Ausstellung im öffentlichen Raum
- Potenzielle externe Partner
- Lage des Museums

Potenzieller Zugang Selbstbedienung

An dieser Stelle werden Aufwand und Kosten für den Umbau zum Selbstbedienungszugang skizziert. Dazu gehören eventuell auch Kosten für die neue Ausstellungsarchitektur. Abhängig von den Gegebenheiten des Gebäudes und von dem Wunsch, das ganze Museum oder nur einen Teil der Räumlichkeiten ausserhalb der Öffnungszeiten dem Publikum zugänglich zu machen, ist der bauliche Eingriff sehr unterschiedlich. Wenn das ganze Gebäude im Selbstbedienungsmodus besucht werden darf, würde man „nur“ das elektronische Schlüsselsystem und ein Sicherheitssystem einbauen lassen müssen.

Eintrittssystem mit Bezahlung

Die meisten Museen können auf den Ticketverkauf nicht verzichten, weil es eine ihrer wichtigsten Finanzierungsquellen sind. Das Selbstbedienungskonzept ermöglicht es dem Museum, den Ertragspotenzial zu erhöhen, weil das Museum dann 7 Tage die Woche zugänglich bleibt. Für den personallosen Ticketverkauf gibt es 2 Möglichkeiten, die mit der Wahl des Zugangssystems verbunden sind.

Wenn man sicherstellen will, dass alle Besucher den Eintritt bezahlen, sollte man die Lösung aussuchen, bei der man zuerst den Eintritt bezahlt und erst dann den elektronischen Schlüssel bekommt und die Tür öffnet wie bei Circuit Secret.

Nachteil ist dabei, dass dafür eine App oder eine Webapp notwendig ist, was mit hohen Produktionskosten verbunden ist. Der andere Nachteil ist, dass der Zutritt an einem Smartphone gebunden ist.

Beim Umbau des Saaser Museums zum Selbstbedienungsmuseum wurde die Zutrittsfrage einfacher gelöst: Das elektronische Schlüsselsystem ist so programmiert, dass die Tür zwischen 8 und 19 Uhr offen ist. Sobald Gäste ins Museum eintreten, hören sie eine Ansage, die sie auf eine Kasse hinweist, wo man den Eintritt bar oder mit TWINT bezahlen kann. Der Nachteil bei dieser Variante ist, dass man es nicht so gut kontrollieren kann, wer im Museum war und ob man bezahlt hat. Diese Problematik ist etwas durch das Sicherheitskonzept ausgeglichen. Alle Räume sind videoüberwacht und mit Sensoren und Alarm ausgestattet, um das Museum vom Vandalismus zu schützen.

Aufwand Massnahmen für unbegleitete Vermittlung

Damit das Museum eine wahre touristische Attraktion ist, sollte es sein Publikum richtig ansprechen und erreichen können. Dafür sind zeitgemässe Prinzipien der Museumsvermittlung notwendig. Die Erfahrung wie bei einer Führung mit einem guten Guide kann man im Selbstbedienungsmuseum nicht komplett simulieren.

Dafür könnte man die Gäste mit spannenden Videos, packenden interaktiven Spielen und eindrucksvollen visuellen Effekten abholen. In einem Selbstbedienungsmuseum kann man neben den Ausstellungsobjekten klassisch kurze Beschriftungstexte anbieten, aber auch die QR-Codes, die zu Audio-Guide-Einträgen und weiteren Medien online führen.

Wenn es bei den Ausstellungsobjekten zum Beispiel um Instrumente handelt,



Museum Regional Savognin in Val Surses befindet sich in 2 Gebäuden mit separaten Eingängen. Das verringert den Umbauaufwand, indem man nur einen Teil des Museums zum Selbstbedienungsmuseum umwandelt.

wäre ein Video mit der Anwendung von diesen Instrumenten ein adäquates Vermittlungsmedium. Das Produzieren von solchen vielfältigen und zeitgemässen Vermittlungsangeboten bedeutet auch zusätzlichen Aufwand.

Aufwand Sicherheitsmassnahmen für die Objekte

Einer der entscheidenden Punkte fürs Selbstbedienungsmuseum ist der Wert der Objekte. Die in diesem Leitfaden erwähnten Museen mit dem Selbstbedienungsansatz versichern ihre Objekte und



Die Ausstellung des Ortsmuseums Vaz/Obervaz ist zum Erleben konzipiert und bei einem Selbstbedienungsansatz würde die Sicherheit der Objekte eine grosse Herausforderung darstellen.



Infrastruktur mit einer gewöhnlichen Haftpflichtversicherung und nicht mit Kunstversicherung. Grundsätzlich ist diese Möglichkeit nicht ausgeschlossen, wenn die Objekte in einer gesicherten Vitrine sind. Bei Diebstahl oder Vandalismus sollte ein Nachweis des Einbruchs vorhanden sein. Konkrete Lösungen sind sehr individuell und hängen von vielen Faktoren ab.

Einbezug in die Angebote der Destination

Wenn der Umbau zum Selbstbedienungsmuseum aufgrund von Aufwand und Kosten aktuell nicht möglich ist, könnte man Szenarien entwickeln, wie man den lokalen Kulturwert des Museums in den Touristischen Wert übersetzen könnte.

Der erste Schritt, um das Museum für den Tourismus fit zu machen, ist seine Integration ins Storytelling der Destination. Wenn die Tourismusorganisation diese Verbindung bewusst und systematisch pflegt, ergibt sich eine Grundlage für gemeinsame Projekte und touristische Angebote, die das Museumsbesuch fördern. Wenn aus unterschiedlichen Gründen der Umbau zum Selbstbedienungsmuseum nicht möglich ist, wäre der Einbezug des Museums oder seiner Inhalte in die Angebote und ins Storytelling der Destination eine alternative Möglichkeit, das Museum für den Tourismus zu aktivieren.

Ausstellung im öffentlichen Raum

Ein weiterer Punkt, der touristische Bedeutung des Museums erhöhen könnte und ihm dem Publikum trotz eingeschränkter Öffnungszeiten näherbringen könnte, sind Pop-Up-Ausstellungen im öffentlichen Raum. Tourismusorganisationen könnten den Museen helfen, Kontakte mit ihren Leistungsträgern oder Gemeinden zu knüpfen, um solche Projekte anzugehen. So könnten Pop-Up-Ausstellungen in Hotels, Restaurants oder Kirchen organisiert werden, damit die Mission des Museums nicht aufhört und Leute erreicht, auch wenn es geschlossen ist.

Potenzielle externe Partner

Touristische Leistungsträger, Geschäfte oder Behörden, die sich in der Nähe des Museums befinden und regelmässige Öffnungszeiten haben, können als potenzielle Partner gesehen werden. Zum Beispiel in einem benachbarten Souvenirladen oder Volg könnte man auch Eintrittstickets ins Museum verkaufen und für die einzelnen Besucher das Museum öffnen. Eine weitere Idee kam im Laufe des Projektes vom Museum Kunst + Wissen Diessenhofen: Man könnte die Räumlichkeiten im Museum als alternative Büroräume oder Coworking Space den Mitarbeitern der benachbarten

Stadtverwaltung zur Verfügung stellen. Auf diese Weise könnte das Museum seine Öffnungszeiten verlängern.

Lage des Museums



Das Museum für Landschaft Saanen liegt sehr vorteilhaft im Zentrum des Dorfes gegenüber der Tourismusinformation.

Dieser Faktor ist im Tourismus bestimmend für viele Entscheidungen. Die Entfernung von touristischen Strömen, Gebundenheit an öffentlichen Verkehr oder das Vorhandensein anderer touristischer Attraktionen oder eines Gastronomieangebots in der Nähe machen viel aus und bestimmen die Kommunikationsstrategie. Bei einem abgelegenen Standort könnte man trotzdem Besucher gewinnen, indem man mit Kommunikationsmassnahmen und touristischen Angeboten passende Zielgruppen abholt und ihnen gerechte Öffnungszeiten anbietet.

Mit Blick auf diese Punkte und damit verbundenen Aufwand wurden die am Pilotprojekt teilnehmenden

Museen analysiert. In der folgenden Tabelle werden die Ergebnisse dieser Analysen zusammengeführt und das Machbarkeitspotenzial je nach Aufwand bei den 4 Museen im Vergleich visualisiert. Der Aufwandsvolumen oder das Vorhandensein der Faktoren, die die jeweiligen Massnahmen hingegen begünstigen, sind mit Farben signalisiert, wo rot für sehr schwierig oder ungünstig steht und grün – für optimal.

Das Machbarkeitspotenzial für das Selbstbedienungsmuseum oder alternative Szenarien je nach Aufwand bei den 4 Museen im Vergleich.

Museum (Destination)	Museum Regional Savognin (Val Surses)	Museums Landschaft Saanen (Gstaad Saanenland)	Ortsmuseum Vaz/Oberbaz (Lenzerheide)	Museum Kunst + Wissen, Diesenhofen (Thurgau)
Potenzieller Zugang Selbstbedienung	ja, mit Umbaumassnahmen	ja, mit Umbaumassnahmen	eher nicht	theoretisch möglich, aber viele offene Probleme
Eintrittssystem mit Bezahlung	ja	ja	ja	nein, aber evtl. ab 2024 ja
Aufwand Massnahmen für unbegleitete Vermittlung	eher gross	überschaubar	sehr gross	überschaubar
Einbezug in die Angebote der Destination	nur Kommunikation	nur Kommunikation	nur Kommunikation	ja
Aufwand Sicherheitsmassnahmen für die Objekte	eher gross	eher gross	eher gross	eher gross
Ausstellung im öffentlichen Raum	nein	nein	haben Erfahrungen	ja, eine Vitrine im Stadtzentrum
Potenzielle externe Partner	Volg gegenüber	Das Tourismusbüro gegenüber, das Heimatwerk Hotel / Restaurant Landhaus	es gibt keine vor Ort, aber offen zu Kooperationen	Idee Kooperation mit Stadtverwaltung
Lage	zentral, aber etwas versteckt	sehr zentral	sehr abgelegen	eher zentral

Wie die Tabelle zeigt, wurden zur groben Einschätzung des Machbarkeitspotenzials nach Aufwand folgende Fragen beantwortet:

- Inwieweit ist ein Potenzial für den Zugang mit Selbstbedienung vorhanden?
- Ist ein Eintrittssystem mit Bezahlung erforderlich?
- Wie gross ist der Aufwand für Massnahmen für unbegleitete Vermittlung?
- Sind das Museum oder seine Inhalte bereits in die Angebote der Destination einbezogen?
- Wie gross ist der Aufwand für die Sicherheitsmassnahmen für die ausgestellten Objekte?
- Wäre eine Ausstellung im öffentlichen Raum oder bei externen Partnern denkbar?
- Gibt es in der Nähe des Museums potenzielle externe Partner?
- Wie attraktiv oder optimal ist aus touristischer Sicht die Lage des Museums?

Dank dieser Auswertung könnten die Stärken und Schwächen des touristischen Potentials der Museen genauer definiert werden und auf dieser Basis können Handlungsempfehlungen entwickelt werden.

3.4 Schritt 4: Szenarien und Handlungsempfehlungen entwickeln

Nach der Durchführung der Bedürfnisanalyse wird es sichtbar, wie stark das touristische Potenzial des Museums ist und an welcher Stelle man anfangen könnte, es zu stärken. Es wird empfohlen, zuerst abzuwiegen, ob der Umbau zum Selbstbedienungsmuseum aktuell infrage kommt oder ob man eher nach alternativen Lösungen suchen möchte. Auf der Basis der gewonnen Erkenntnisse über die im Pilotprojekt teilnehmenden Museen wurden folgende Szenarien entwickelt:

- Umbau zu Selbstbedienungsmuseum;
- Partner fürs Museum engagieren;
- Pop-up-Ausstellungen;
- Digitale Vermittlung, z.B. mit Augmented Reality

Beim letzten Punkt geht es um die Ausdehnung der Museumsvermittlung durch Digitalisierung und gemeinsame Angebote mit der DMO, die Museumsinhalte dem Publikum zugänglich machen, während das Museum geschlossen ist.

3.5 Schritt 5: Prüfung, ob Selbstbedienungsansatz möglich und erwünscht ist.

Zum Szenario **"Selbstbedienungsmuseum"** gehören folgende Massnahmen:

- Eintritt- und Bezahlungssystem auszuwählen: Ob der Zutritt mit einer App nach der Bezahlung stattfindet oder die Bezahlung nach dem Zutritt auf eigenes Gewissen über TWINT stattfindet. Die Möglichkeit mit App wird bei Circuit Secret (Angebot von Talendis Lab) erfolgreich eingesetzt. Wenn diese Lösung von Interesse ist, wäre TalendisLab bereit für eine Zusammenarbeit als begleitender Coach. Die andere Lösung wird im Saaser Museum praktiziert. Weitere Informationen dazu gibt es im Anhang.
- Umfang von Umbauarbeiten definieren, der vom Vermittlungskonzept und von den architektonischen Gegebenheiten abhängen.
- Versicherungslösung hängt ebenfalls mit dem Vermittlungskonzept und der Sicherheit der ausgestellten Objekte zusammen. Wenn man besonders wertvolle Objekte in der Sammlung hat, sollte man den Umbau eines Teils des Museums zum Selbstbedienungsansatz in Betracht ziehen, während die besonders wertvollen Objekte nur während der Öffnungszeiten des Museums zu sehen sind.
- Offerten bei den Dienstleistern holen und ein Budget erstellen.

Vorteile:

- Öffnungszeiten werden verlängert;
- Zusatzertrag dank Öffnungszeitenverlängerung;
- Schlechtwetterangebot;
- Moderne digitale Lösung trägt der Attraktivität des Museums bei;
- Keine Abhängigkeit von der Personalsituation im Museum;

Nachteile:

- Kosten für den Umbau, die Plattform, die App und das Schliesssystem;
- Eventuell Betrieb der App;
- Eventuell Anpassungen in der Ausstellung und im Vermittlungskonzept nötig;
- Eventuell ein neues Sicherheitskonzept mit Videoüberwachung nötig;
- Risiko von Diebstahl und Vandalismus;

3.6 Schritt 6: Prüfung, welche alternative Szenarien möglich sind.

Szenario „**Partner fürs Museum engagieren**“ sieht vor, dass man unter den Läden, Hotels, Gastronomie in der Nähe Partner finden, die den Besuchenden einen Schlüssel ins Museum geben oder die Tür aufmachen.

Vorteile:

- Öffnungszeiten werden verlängert;
- Zusatzertrag dank Öffnungszeitenverlängerung;
- Keine Abhängigkeit von der Personalsituation im Museum;
- Lokale Bevölkerung wird mehr involviert und identifiziert sich mehr mit dem Museum;
- Je nach Situation evtl. keine Umbaumassnahmen nötig;

Nachteile:

- Sicherheit der Objekte und Verantwortung der Partner müssen geklärt werden;
- Eventuell ein neues Sicherheitskonzept mit Videoüberwachung nötig;
- Eventuell Anpassungen in der Exposition und im Vermittlungskonzept nötig;
- Wenn keine Begleitung, Risiko wegen unbeaufsichtigter Besuche;

Szenario „**Pop-up-Ausstellung**“ sieht vor, dass die Tourismusorganisation für das Museum einen Kontakt zu ihren Leistungsträgern oder Gemeinde herstellt, mit dem Ziel in ihren Räumlichkeiten einzelne oder regelmässige Pop-Up-Ausstellungen zu organisieren.

Vorteile:

- Durch das externe „Schaufenster“ bekommt das Museum mehr Präsenz und Bedeutung in der Region;
- Spannende Pop-Up Ausstellung bringt neue Besucher auch ins Museum;
- Zusammenarbeit mit neuen lokalen Partnern regt zu mehr Experimenten an;
- Lokale Bevölkerung wird mehr involviert;

Nachteile:

- Eventuell Zusätzliche Kosten für den Bau und Sicherung einer externen Vitrine / Ausstellung;
- Sicherheit der Objekte und Verantwortung der Partner soll geklärt werden;
- Viele Objekte können evtl. aus konservatorischen Gründen nicht ausserhalb des Museums ausgestellt werden;

Szenario „**Digitale Vermittlung mit Augmented Reality**“ sieht vor, dass das Vermittlungsangebot mit einem digitalen Angebot ergänzt wird. Im Rahmen des Pilotprojektes wurde eine Entwicklung in Zusammenarbeit mit Museumsvermittlungsexperten von Studio Freisicht untersucht. Sie bieten interaktive AR-Lösungen für verschiedene Budgets an:

- Objekte selbst scannen und das 3D-Modell auf bestehende App (Artverse) hochladen (inkl. weitere Medien wie Filme, Texte, Audios) – Jahreslizenz CHF 3'000, +1 Tag Workshop;
- Web-basierte Lösung mit QR-Code, ca. CHF 3'000-5'000 pro Objekt, + höhere Jahreslizenz, keine weiteren Medien möglich;
- Eigene App ab ca. CHF 20'000, + höhere Jahreslizenz

Vorteile:

- Museumsvermittlung rund um die Uhr – eine moderne interaktive Ergänzung zur Exposition trägt der Attraktivität des Museums bei

- Möglichkeit, ein bezahltes Angebot auf dieser Basis zu entwickeln und fürs Museum / DMO Ertrag generieren
- AR-Vermittlung ist ein Erlebnis an sich, regt bei jedem Wetter zum Besuch und Interaktion an
- Eine kostengünstigere Lösung ohne Umbaumaassnahmen

Nachteile:

- Kosten für Jahreslizenz
- Wenn dabei kein bezahltes Angebot - dann kein direkter Ertrag berechenbar
- Funktioniert nur mit Smartphone / App

4. Zusammenfassung und Handlungsempfehlung

Nachdem die Destinationen die Bedürfnisse ihrer Museen analysiert haben und diverse Szenarien entwickelt haben, wird grundsätzliches Interesse der Museen an einer der vorgeschlagenen Lösungen geklärt. Im Rahmen des Pilotprojektes Selbstbedienungsmuseum wird es den teilnehmenden Destinationen und ihren Museen vorgeschlagen, die Umsetzung einer der angebotenen Szenarien als Folgeprojekt bei der Steuerungsgruppe des Destination Labs zu beantragen. Die Voraussetzung dafür ist die Investitionsbereitschaft der Destinationen und Museen in Form von Arbeitszeit und Geldmitteln.

Teilnehmende Museen haben sofort ein Interesse und Potenzial für einige alternative Szenarien entdeckt. Das Museum kunst + wissen Diessenhofen zusammen mit Thurgau Tourismus sind interessiert, das Projekt fortzusetzen. Sie möchten die Szenarien „Digitale Vermittlung mit Augmented Reality“ und Szenario „Partner fürs Museum engagieren“ oder auch Elemente von beiden weiterverfolgen.

Die Museumsleitung plant nächstes Jahr eine Stadtführung zu erarbeiten. Im nächsten Schritt möchte sie die Inhalte dieser Stadtführung mit digitaler Vermittlung (AR / QR-Codes / Audioguide oder auch ähnlich Circuit Secret) auch Individualgästen zugänglich zu machen. Das Museum wird im Stadtrundgang auch ein Standort sein. Bei geführten Rundgängen könnte die führende Person Eintritt ins Museum geben, bei Individualgästen könnte mittels digitalen Schaufensters / digitalem Rundgang von aussen Einblick gewährleistet werden. Das Szenario "Selbstbedienungsmuseum" ist im Moment nicht realisierbar.

Das Ortsmuseum Vaz/Obervaz und Ferienregion Lenzerheide haben nach ihrem Austausch im Rahmen dieses Pilotprojektes ein "Pop-Up Museum Lenzerheide" initiiert. Sie möchten die alte Kirche im Dorf im Sommer umnutzen und so den Zugang zum etwas auswärts stationierten Museum näherbringen.

Abhängig vom Interesse diskutiert die Projektsteuerung eine Fortsetzung des Pilotprojektes oder es werden weitere Finanzierungsmöglichkeiten geprüft.

Anhang

Anleitung / Checkliste Bedürfnisanalyse Museen und Präsentationsvorlage zur Auswertung der Bedürfnisanalyse des Museums

Bitte füllen Sie den Teil 1. des Fragebogens vor dem Museumsbesuch.
Offene Fragen können Sie in den nächsten Schritten beim Museumsbesuch und dem Interview mit dem Museumsleiter:in beantworten.

Teil 1. Was ich als DMO weiss?

“Lohnt sich” der Museumsbesuch aus touristischer Sicht (Geld, Zeit und Erlebnisfaktoren)?

1. Ist das Museum bereits ein Bestandteil der Angebote der Destination? Wo und wie wird das Angebot kommuniziert?
2. Was ist der Eintrittspreis?
3. Wie ist die durchschnittliche Dauer des Besuchs?
4. Wie vorteilhaft ist die Lage des Museums?
5. Wie ist die Anreisezeit und wie einfach ist es, das Museum zu erreichen?
6. Welche Verpflegungsmöglichkeiten gibt es in der Nähe?
7. Wie sind die Öffnungszeiten des Museums? Wie verlässlich sind die kommunizierten Öffnungszeiten?
8. Gibt es saisonale Öffnungszeiten?
9. Was ist das Zielpublikum des Museums?

10. Wie ist der Bekanntheitsgrad des Museums? Wie erfährt man aktuell über das Museum? (Online-Präsenz, Werbung und ihre Reichweite)

Teil 2. Mein Erlebnis und Erfahrungen

1. Gibt es Audioguides und in welchen Sprachen?
2. Ist die Exposition ohne Führung und ohne Audioguide selbsterklärend?
3. Wie viele Ausstellungsräume hat das Museum?
4. Gibt es einen (Vor-)Raum, der ausserhalb der Öffnungszeiten zugänglich gemacht werden kann?
5. Ist Museumsshop oder Café vorhanden?
6. Existieren Souvenirproduktion/Postkarten mit Bezug zum Museum (oder seinem Thema)?
7. Was sind die Highlights des Museumsbesuchs?
8. Weitere spezifische negative Faktoren;
9. Wie ist das Museum äusserlich sichtbar, beschriftet?

Teil 3. Interview mit Museumsleitung

1. Welches Angebot bietet das Museum?

2. Was ist sein Thema und wie ist die (thematische oder historische) Bedeutung für den Ort / die Region?
3. Welche Objekte werden exponiert?
4. Wie viele Objekte hat die Sammlung?
5. Wie rar und wertvoll sind die Objekte?
6. Gibt es Faktoren, die die Exposition(sdauer) einschränken (aus konservatorischen Sicht, z.B. Lichtempfindlichkeit), Feuchtigkeitsproblem etc.
7. Welche finanzielle Ressourcen werden im Betrieb benötigt?
8. Welche finanzielle Ressourcen stehen zur Verfügung und woher stammen diese Mittel? / Ertragsabhängigkeit
9. Welche personelle Ressourcen stehen zur Verfügung?
10. Kann das Museum seine Exponate als Leihgaben anderen Museen oder Institutionen liefern? Was wird dafür benötigt?
11. Werden Ausstellungen oder Veranstaltungen organisiert? Falls ja, welche und wie oft?
12. Werden Führungen angeboten? Falls ja, welche und wie oft?
13. Wie findet der Ticketverkauf statt? Gibt es eine elektronische Kasse?

14. Gibt es ein spezifisches Schliesssystem im Museum?
15. Gibt es eine Alarmanlage im Museum?
16. Wie sind die Objekte im Museum versichert?
17. Gibt es einen Plan des Museums mit den Räumlichkeiten, welche die Besucherflüsse zeigen?

Teil 4. Zusammenfassung:

1. Ist eine Selbstbedienung (Eintritt mit App ohne Personal) betrieblich denkbar?
 2. Gibt es weitere Ideen, wie die Inhalte des Museums Touristen zusätzlich zugänglich gemacht werden können?
-

Auswertung (gug)

Faktoren Technik und Infrastruktur des Museums

Faktoren Vermittlung

Faktoren touristische Infrastruktur

Beispielprojekt Selbstbedienungsmuseum

Durch HES-SO-Partner des Destination Labs haben wir über ein neues und erfolgreiches Beispiel eines Selbstbedienungsmuseums im Wallis erfahren – das Saaser Museum. Wir haben die Projektleitung kontaktiert und über ihre Erfahrungen befragt. Die Medienmitteilung, sowie die wichtigen Informationen und Kontakte haben wir für Sie hier zusammengefasst:

Das Projekt wird von der Gemeinde und der DMO 50/50 getragen und wurde durch das laufende Budget finanziert. Das Gesamtbudget für den Aufbau war 200'000.- CHF exkl. Arbeitsstunden der DMO und der Gemeinde. Laufende Kosten pro Jahr liegen bei 11'000.- CHF und sollen durch die Eintritte gedeckt werden (8 CHF für Besucher ab 12 Jahren), wobei die Bezahlung bereits nach dem Eintritt per TWINT oder Selbstbedienungskasse erfolgt. Das ganze Museum ist mit Kameras und Sensoren ausgerüstet und von einer Sicherheitsfirma überwacht, sie haben auch den Eintritt eingebaut. Das Museum hat 3 Stockwerke und der Teil "Selbstbedienung" (Sicherheitskonzept) hat grob ca. 50'000 CHF gekostet. Ausserdem wurde noch ein interaktiver Raum gebaut und ein Mediaguide erstellt. Das Projekt haben sie sehr schnell realisiert (ca. April – Dezember 2023). Umbau erfolgte innert 2 Wochen. Ich bekomme vom Projektleiter (Produktentwicklung DMO Matthia Storni)

Firmen, die bei der Neugestaltung unterstützt haben:

- Trihow – interaktiver Raum: <https://trihow.com/>
- ES Sicherheit – automatisierten Zugang: <https://es-sicherheit.ch/>
- Studio Anderhalden GmbH – Mediaguide: <https://www.mediaguide.ch/>
- Firelights Eventtechnik: Bildschirme, Hörspiele, Inszenierungen: <https://www.firelights.ch/>

Projektleiter und Kontakt für weitere Inforamtionen:

Mattia Storni

Leiter Marketing und Kommunikation

mattia.storni@saas-fee.ch

+41 27 958 18 76

Saastal Tourismus AG

Obere Dorfstrasse 2

3906, Saas-Fee | Valais, Switzerland

+41 27 958 18 58 | saas-fee.ch

Pilotprojekt «Selbstbedienungsmuseum»

Bedürfnisanalyse des Museums Name

innovation
tourismus
gutundgut



Destination
Lab

1. Eckdaten zum Museum

innovation
tourismus
gutundgut

Destination
Lab

Eckdaten zum Museum

- Öffnungszeiten
- Jährliche Anzahl Besucher*innen
- Anzahl Mitarbeitende
- Jahresbudget,
- Wichtigste Ausstellungsobjekte

Illustrationen

innovation
tourismus
gutundgut

Destination
Lab

2. Warum lohnt sich der Museumsbesuch?

innovation
tourismus
gutundgut

Destination
Lab

Warum lohnt sich der Besuch des Museums ... aus touristischer Sicht?

- Beispiel: Das Museum vermittelt die 1000-Jährige Geschichte des Dorfes..
- Die Lage des Museums...
-

Illustrationen

innovation
tourismus
gutundgut

Destination
Lab

3. Öffnungszeitenverlängerung: Potenziale für einen selbstständigen Besucherzutritt und unbegleitete Vermittlung

Potenziale für einen selbstständigen Besucherzutritt und Gewährleistung der Sicherheit der Exposition

- Beispiel: Im Eingangsbereich befindet sich ein (Vor-)Raum, der mittels einer Glaswand von den weiteren Räumen abgetrennt werden kann und ausserhalb der Öffnungszeiten zugänglich gemacht werden kann...
- ...

Illustrationen

innovation
tourismus
gutundgut

Destination
Lab

Potenziale für unbegleitete Vermittlung

- Beispiel: Die Audioguide-Inhalte können online aufgeschaltet werden und mit den QR-Codes an den Vitrinen kommuniziert werden ...
- ...
-

Illustrationen

innovation
tourismus
gutundgut

Destination
Lab

Gastronomie, Hotels oder Läden in der Nähe, die zu potenziellen Partnern des Museums werden könnten

- Beispiel: Café „Odeon“ neben dem Museum hat 2 Tage länger pro Woche offen und kann für Betreuung der „Selbstbedienung“ angefragt werden;
- ...
-

Illustrationen

innovation
tourismus
gutundgut

Destination
Lab

4. Herausforderungen bei der Umsetzung

innovation
tourismus
gutundgut

Destination
Lab

Herausforderungen bei der Umsetzung

- Sicherheit
- notwendige bauliche Massnahmen,
- Finanzmittelbedarf
- fehlende Ressourcen
- ...
-

5. Zusammenfassung

innovation
tourismus
gutundgut

Destination
Lab

Ist eine Selbstbedienung (Eintritt mit App ohne Personal) betrieblich denkbar?

- Beispiel: Der Raum im Eingangsbereich kann abgetrennt werden und mit dem digitalen Schloss zugänglich gemacht werden...
- Die Eingangstür kann...
-

Illustrationen

Gibt es weitere Ideen, wie die Inhalte des Museums Touristen zusätzlich zugänglich gemacht werden können?

- Beispiel: Teile der Exposition können ausserhalb der Öffnungszeiten im Hotel „zur Rose“ gegenüber dem Museum ausgestellt werden...
- ...

Illustrationen

Illustrationen

innovation
tourismus
gutundgut

Destination
Lab

Kontakt für Pilotprojekt



Destination Lab

Telefon +41 44 500 02 64

anastasiia.martakis@gutundgut.ch

destinationlab.ch

