

## Fakten & Fiktion – Die Pergamon-Personas

Hauptzielgruppen bei der Gestaltung der Pergamon-Personas sind die Altersdekaden der 30-39jährigen (22 %) und über 60jährigen (21 %) mit den Ausprägungen Berufstätige/Selbständige (55 %) und Ruheständler (18 %) sowie Bildungsabschlüsse sind Hochschulabschluss mit 52 % und Hochschulreife mit 22 %. Weiterhin fließen folgende Ausprägungen ein: Besuchsfrequenzen (das erste Mal: 66 % bzw. ein bis drei Besuche: 26 %) und die Herkunft (BRD-Touristen bzw. Berliner).

### Persona für die Zielgruppe „Altersdekade 30-39“ aus dem Bundesgebiet

Persona-Skelett (Tabellarische Übersicht):

Name	Christian Michels
Alter	32
Familienstand	Verheiratet, kinderlos
Wohnort	Frankfurt am Main
Bildungsabschluss	Hochschulabschluss in BWL
Beruf	Controller in einer Bank
Freizeitinteressen	Sport, Musik, Kino
Museumsbesuchertyp	Erstbesucher
Besuchsfrequenz	Einmal pro Jahr
Sozialcharakter des Besuchs	In Gesellschaft seiner Frau
Medienaffinität	Hoch bei den neuen Medien, niedrig bei den traditionellen Medien
Mediennutzung	Internet (Web 1.0 und 2.0), Smartphone, Radio
Bezug zum Pergamonmuseum	Noch keiner
Informationsbedürfnisse und -ziele bzgl. Pergamonmuseum	Basisinformation, weil Erstbesuch. Besuchsvorbereitung, -durchführung und -nachbereitung.
Pergamonmuseum als Veranstaltungsort	Unbekannt

#### Informationsbedürfnisse und -ziele für die Persona Christian Michels:

Christian Michels ist Controller in einer Bank, also ein Mensch, der auf genaue und verlässliche Informationen großen Wert legt. Beruflich kommt er öfters nach Berlin. Manchmal bleibt er dann über das Wochenende, wobei ihn bei diesen Gelegenheiten seine Frau Karin begleitet. Für die nächste gemeinsame Berlin-Reise planen sie angeregt von einer Fernsehreportage über die antike Stadt Pergamon einen Besuch des Pergamonmuseums, um sich den Altar anzuschauen. Die vorbereitende Recherche für den Besuch erledigt Christian Michels im Internet (siehe Mediennutzung und -nachfrage). Er interessiert sich speziell für Serviceangebote zum Pergamonaltar (siehe Serviceangebotsnachfrage). Da ihm für den Museumsbesuch nur ein bestimmtes Zeitfenster zur Verfügung steht, wünscht er sich für die Nachbereitung des Besuchs vertiefende bzw. weiterführende Informationen im Internet.

#### Serviceangebotsnachfrage der Persona Christian Michels:

Weil sich seine Frau und er speziell für den Pergamonaltar interessieren, sucht Christian Michels Informationen zu entsprechenden Angeboten, wobei ihm ein Audioguide lieber wäre als eine Führung, weil er zeitlich flexibel und unabhängig bleiben will. Vorab checkt er, ob es kostenlose bzw. kostenpflichtige Informationsangebote zum Pergamonaltar im Web gibt, wird aber nicht fündig. Lediglich im Portal der Staatlichen Museen zu Berlin findet er die Grundinformation über das Museum und einen Raumplan. Somit kann er schon planen, welche Räume er zusätzlich zum Pergamonaltar noch sehen möchte.

Weiterhin interessiert er sich für das gastronomische Angebot im Museum oder umliegenden Restaurants, da er mit seiner Frau Karin nach dem Museumsbesuch noch einkehren möchte, um eine Kleinigkeit zu essen bevor sie einen Stadtbummel machen.

### Mediennutzung und -nachfrage der Persona Christian Michels:

Christian Michels ist stark Internet-affin, traditionelle Reiseführer kauft er prinzipiell nicht, weil er großen Wert auf aktuelle Informationen legt, auf die er bei Bedarf zugreifen kann. Als Informationsquelle nutzt er gewohnheitsmäßig die Wikipedia und das Schwesterprodukt Wikivoyage, den Wiki-Reiseführer. Aus den Artikeln in Wikipedia bzw. Wikivoyage über die Museumsinsel bzw. den Wikipedia-Eintrag zum Pergamonmuseum weiß er in Grundzügen über die vier Museen des Pergamonmuseums (Antikenmuseum, Vorderasiatisches Museum, Museum für islamische Kunst im selben Gebäude) Bescheid.

Vor dem Museumsbesuch will sich Christian Michels über Öffnungszeiten, Preise und Ausstellungen im Web informieren. Auf der Homepage des Pergamonmuseums findet er Infos zu Eintrittspreisen und Buchung, sowie den Hinweis, dass eine Audioführung ist im Eintritt enthalten ist. Darüber freut er sich, weil er bei Audioguide-Portalen bereits Führungen zu Berlin gefunden hat, jedoch nichts zum Pergamonmuseum. Außerdem wünscht er sich spezielle Informationsangebote zum Pergamonaltar (siehe Serviceangebotsnachfrage). Im Museum würde er sich einen einführenden Film über Pergamonaltar und seine Geschichte gerne ansehen, wenn er nicht zu lang wäre (max. 10 bis 15 Minuten). In der Ausstellung wünscht er sich knappe, präzise, aber verständliche Informationen, weil er keine Zeit und Lust hat, lange und komplexe Texte zu lesen. Texttafeln liest er zwar, aber eigentlich bevorzugt er Audioguides, weil er so gleichzeitig die Objekte betrachten kann. Außerdem wünscht er sich interaktive Möglichkeiten, um mehr über die Herstellung des Altars zu erfahren und über die Restaurierung. Dazu möchte er feststehende Informationsstationen benutzen, lieber aber ein Tablett, weil er damit mobil wäre.

Nach dem Museumsbesuch möchte er vertiefende bzw. weiterführende Informationen über das Internet abrufen. Besonders interessant wären für ihn Infos zur Geschichte des Altars, seinen mythologischen Darstellungen sowie zu seiner Überführung nach Berlin und zur Restaurierung, auch zu den Handwerkstechniken. Eventuell wäre er bei einem Folgebesuch auch an einer Führung in den Magazinen interessiert.

### Nutzungssituationen für die Persona Christian Michels (Liste für Szenarien):

Relevant sind die typischen Anforderungen, Bedürfnisse und Ziele der Persona in der Situation sowie das konkrete Vorgehen!

1. Christian Michels plant zu Hause den Besuch des Pergamonmuseums.
2. Christian Michels plant die Anreise zum Pergamonmuseum und die Nutzung von Serviceangeboten im Museum.
3. Christian Michels informiert sich während der Zugfahrt nach Berlin über die Anreise zum Pergamonmuseum und die Nutzung von Serviceangeboten.
4. Christian Michels betritt mit seiner Frau Karin das Foyer des Pergamonmuseums, die beiden möchten sich orientieren.
5. Christian Michels nutzt in der Ausstellung konventionell und interaktive Medienangebote.
6. Christian Michels liest die Texte in der Ausstellung.
7. Christian Michels möchte sich vor Ort im Pergamonmuseum über Serviceangebote informieren.
8. Beeindruckt von der imposanten Rekonstruktion des Pergamonaltars möchte sich Christian Michels über andere archäologische Bauensembles (Markttor von Milet, Ishtar-Tor mit Prozessionsstraße und Mschatta-Fassade) informieren.
9. Christian Michels möchte zu Hause seinen Besuch des Pergamonmuseums nachbereiten.
10. Während des Besuchs hat Christian Michels vom Renovierungsprojekt nach den Plänen des Architekturbüros Oswald Mathias Ungers erfahren, nach denen das Museum seit 2008 abschnittsweise saniert wird. Nach dem Besuch möchte er mehr darüber erfahren.

## Persona für die Zielgruppe „Altersdekade 60plus“ aus Berlin

Persona-Skelett (Tabellarische Übersicht):

Name	Else Schultheiss
Alter	64
Familienstand	Geschieden, Kinder und Enkel
Wohnort	Berlin
Bildungsabschluss	Hochschulreife
Beruf	Rentnerin
Freizeitinteressen	Reisen, Kunst und Kultur
Museumsbesuchertyp	Mehrfachbesucherin
Besuchsfrequenz	Dreimal pro Jahr
Sozialcharakter des Besuchs	Meist in Begleitung von gleichaltrigen Freunden, selten mit den Enkeln
Medienaffinität	Hoch bei den traditionellen Medien, niedrig bei den neuen Medien
Mediennutzung	Zeitung, Radio, Fernsehen, kaum Internet (nur Web 1.0, kein Web 2.0)
Bezug zum Pergamonmuseum	Bekannt aus Kursen der Akademie der Staatlichen Museen zu Berlin
Informationsbedürfnisse und -ziele bzgl. Pergamonmuseum	Mehrfachbesucherin, Interesse an vertiefenden und weiterführenden Informationen zu einzelnen Themen von Dauer- und Sonderausstellungen sowie Veranstaltungen zu diesen Themen
Pergamonmuseum als Veranstaltungsort	Bekannt über die Akademie der Staatlichen Museen zu Berlin

### Informationsbedürfnisse und -ziele für die Persona Else Schultheiss:

Als Teilnehmerin der Kurse der Akademie der Staatlichen Museen zu Berlin kennt Else Schultheiss das Pergamonmuseum aus mehreren Seminaren und Besuchen. Nachdem sie es kennengelernt hat, möchte sie nun mehr über die Sammlungen und einzelne Objekte erfahren. Dazu will sie Serviceangebote des Museums nutzen (siehe Serviceangebotsnachfrage), weil sie diese persönlichen Angebote grundsätzlich einer von ihr als anonym empfundenen Mediennutzung vorzieht (siehe Mediennutzung und -nachfrage). An den Serviceangeboten schätzt sie auch die Impulse, die sie für den Austausch mit ihren Freunden erhält, mit denen sie üblicherweise Museen und Kurse besucht. Wichtig ist ihr dabei aber, nicht mit Informationen überschüttet zu werden, sondern diese wohldosiert und in verständlicher Form präsentiert zu bekommen. Bei ihren ersten Besuchen des Pergamonmuseums musste sie feststellen, dass die Informationsangebote und die Aufbereitung der Ausstellungen, aber auch die allgemeine Ausstattung nicht mehr dem Standard entsprachen, den sie und ihre Freunde als museumserfahrene und komfortgewohnte Besucher erwarten.

### Serviceangebotsnachfrage der Persona Else Schultheiss:

Die Serviceangebote des Pergamonmuseums sind für Else Schultheiss von besonderem Interesse, weil sie das Museum fast immer in Begleitung von Freunden besucht, mit denen sie sich austauschen möchte. Allerdings möchten sie und ihre Freunde nicht mit speziellen Seniorenprogrammen betüdtelt werden, sondern an normalen Angeboten teilnehmen, so wie sie es aus den Programmen der Akademie gewohnt sind, in denen altersgemischte Gruppen zusammenkommen.

Durch die Kurse der Akademie ist sie mit dem Fachjargon der Museumsführer und Seminarleiter halbwegs vertraut. Trotzdem wünscht sie sich, eine einfachere und verständlichere Sprache bei Führungen und Veranstaltungen.

Von den Serviceangeboten wünscht sich Else Schultheiss insbesondere, dass sie Bezüge zu den anderen Sammlungen in den Teilmuseen herstellen (Antikemuseum, Vorderasiatisches Museum, Museum für islamische Kunst im selben Gebäude). Ein spezielles Interesse hätte sie an einem Angebot, das eine Besuchskombination mit der Antikensammlung bietet.

Im Rahmen des Museumsbesuchs wünscht sie sich auch eine angemessene Bewirtung und Shop-Angebote. Im Museumsshop erwartet sie u. a. Kurzführer, Teilkataloge, Ausstellungsführer, aber auch Produkte wie Kunsthandwerk und Repliken.

### Mediennutzung und -nachfrage der Persona Else Schultheiss:

Else Schultheiss hat eine hohe Affinität zu den traditionellen Medien, insbesondere zu Zeitung und Radio, aber auch zum Fernsehen. Den neuen Medien steht sie nicht skeptisch gegenüber, hat aber kein ausgeprägtes Interesse. Das Internet nutzt sie wenig, gelegentlich surft sie, um Informationen im Kulturbereich zu suchen, an Web 2.0 hat sie kein Interesse. Sie hat aber den gedruckten Newsletter der Staatlichen Museen zu Berlin abonniert, den E-Mail-Newsletter kennt sie, nutzt ihn aber nicht.

Im Museum liest sie regelmäßig die Texttafeln als Überblicksinformation und häufig auch die Führungsblätter, um weiterführende Informationen zu erhalten. Den Audioguide benutzt sie gelegentlich, sie mag dieses Medium aber nicht besonders, weil sie es als Kommunikationskiller empfindet; sie zieht den direkten Austausch mit ihren Begleitern und den Dozenten vor. Interaktive Möglichkeiten in den Ausstellungen nutzt sie eher wenig, weil die Benutzung häufig auf einen Anwender ausgerichtet ist. Auch an Filmreihen ist sie nicht besonders interessiert.

### Nutzungssituationen für die Persona Else Schultheiss (Liste für Szenarien):

1. Else Schultheiss informiert sich im Museum über Serviceangebote.
2. Else Schultheiss sucht nach übergreifenden Informationsangeboten und Serviceangebote für das Pergamon- und das Antikenmuseum.
3. Else Schultheiss nutzt in der Ausstellung konventionelle Medienangebote, interaktive meidet sie.
4. Else Schultheiss möchte mal einen Audioguide ausprobieren.
5. Else Schultheiss liest die Texte in der Ausstellung.
6. Else Schultheiss möchte es in der Ausstellung bequem und komfortabel haben.
7. Else Schultheiss wünscht sich in der Ausstellung einen angeregten Austausch mit ihren Freunden und erwartet dazu eine kommunikative Unterstützung durch Vermittlungsangebote.
8. Else Schultheiss sieht sich im Museumsshop um.
9. Zu Hause Else Schultheiss liest den gedruckten Newsletter der Staatlichen Museen zu Berlin, den sie abonniert hat und sucht nach Informationen zum Pergamonmuseum und seinen Veranstaltungen.
10. Wie ihre Freunde lehnt Else Schultheiss spezielle Seniorenprogramme ab, vielmehr wünscht sie sich ein allgemeines Angebot, das auch seniorengerecht ist.