

Onderzoek naar de huisstijl en het logo van het Museum voor Natuurwetenschappen



door Valerie Konings



Dankwoord

Eerst en vooral zou ik Yannick Siebens willen bedanken, voor de kansen die ik kreeg tijdens een zeer fijne stage in het Koninklijk Instituut voor Natuurwetenschappen. Het was erg leerrijk en ik ben dan ook heel blij om daar stage te hebben mogen doen. Bij uitbreiding zou ik de hele communicatiedienst willen bedanken voor de fijne opdrachten, goede begeleiding en het leuke gezelschap.

Daarnaast zou ik ook Reinoud Magosse willen bedanken, voor de hulp bij het opzetten van dit onderzoek en voor zijn logisch redeneringvermogen.

Inhoudstafel

Inleiding	3
1 Opzet van het onderzoek	4
1.1 Resultaten kwantitatief onderzoek	4
1.2 Opzet kwalitatief onderzoek	5
2 Onderzoeksresultaten	8
2.1 Affichebeeld.....	8
2.2 Praktische informatie.....	9
2.3 Logo.....	10
3 Conclusie	12
4 Aanbevelingen	13
Bijlagen	15
Bijlage 1: Opzet van het onderzoek	15

Inleiding

Het Museum voor Natuurwetenschappen is een dynamische omgeving die steeds op zoek is naar vernieuwing. Sinds een aantal jaar wordt er een nieuwe huisstijl gebruikt. De medewerkers van de communicatiedienst vroegen zich af wat de sterke en zwakke punten van de huisstijl zijn. Uit deze vraag is een onderzoek ontstaan, dat gedaan werd door stagiairs.

Het onderzoek bestond uit twee delen: een kwalitatief en een kwantitatief. Eerst vond het kwantitatief onderzoek plaats. Hiervoor werden enquêtes afgenomen bij een 200-tal personen. Vervolgens vond het kwalitatief onderzoek plaats dat bestond uit een diepte-interview met een 20-tal personen.

Tijdens het opstellen van het onderzoek, werden de studenten geholpen door het Publieksobservatorium, dit om ervoor te zorgen dat de verkregen resultaten correct zijn. Ook werd er geprobeerd om de resultaten zo concreet mogelijk te maken, zodat er achteraf iets mee gedaan zou kunnen worden.

1 Opzet van het onderzoek

Het onderzoek bestond uit twee delen: een kwantitatief en een kwalitatief. In dit verslag wordt het kwalitatief onderzoek uitgebreid besproken. Van het kwantitatief onderzoek worden enkel de resultaten weergegeven, aangezien het kwalitatief onderzoek gebaseerd is op de resultaten van het kwantitatief onderzoek.

1.1 Resultaten kwantitatief onderzoek

In het kwantitatief onderzoek werd de herkenbaarheid van het logo onderzocht, dit door het te vergelijken met andere veelbezochte Brusselse musea. Uit deze analyse bleek dat veel mensen het logo van het museum herkennen en ook weten wat voor soort museum er achter het logo zit. De officiële naam blijkt echter maar bij weinig mensen effectief te blijven hangen. In vergelijking met de logo's van andere Brusselse musea, deed het logo van het Museum voor Natuurwetenschappen het lang niet slecht: het werd op één logo na het vaakst herkend. Ook bleek dat mensen die het musea al bezocht hadden, het logo vaker herkenden. De meeste respondenten hadden een vrij goed beeld over wat het Museum tentoonstelt.

Daarnaast kregen de proefpersonen de affiche van “Prikkel” te zien, dit om uit te testen of het logo in een context ook nog zijn werk deed. Dit bleek min of meer wel correct te zijn, maar de personen moesten erg lang kijken naar de affiche vooraleer ze konden zeggen van welke organisatie deze affiche was.

Vervolgens werd er aan de proefpersonen gevraagd wat zij van het logo vonden. De meesten vonden het logo een moderne, duidelijke en jonge uitstraling hebben. Het maakte niet echt een verschil of de weblink bij het logo stond of in de affiche verwerkt was voor de naamherkenning. Het Museum wordt sterk geassocieerd met de bekende dinosaurussen.

Bij de aanbevelingen wordt onder andere aangeraden om de volledige en officiële naam duidelijker te communiceren. Daarnaast wordt ook geopperd om de unieke ligging beter uit te spelen in het drukwerk.

1.2 Opzet kwalitatief onderzoek

Met het kwalitatief onderzoek wilden we dieper ingaan op de resultaten van de enquêtes en op veronderstellingen die er waren die moeilijker getest konden worden in een enquête. Het belangrijkste onderdeel van het kwalitatief onderzoek is het diepte-interview. In dit interview werden de proefpersonen zo weinig mogelijk gestuurd in de richting van bepaalde antwoorden, hierdoor zou er informatie verkregen kunnen worden die moeilijker te bemachtigen is via enquêtes. Op deze manier konden we dieper ingaan op de resultaten en op zaken die eventueel niet naar boven zouden zijn gekomen tijdens de enquête.

Er werden een twintigtal proefpersonen geselecteerd. Deze respondenten werden persoonlijk gecontacteerd, het waren kennissen van de onderzoekers die niet wisten dat de enquêteurs stage aan het doen waren, ze wisten ook niet waar de stage plaats vond. Wel wisten de proefpersonen op voorhand dat ze gingen deelnemen aan een onderzoek, maar het onderwerp kregen ze niet op voorhand te horen. Het kwalitatief onderzoek vond enkel plaats in het Nederlands, aangezien de onderzoekers het Frans niet als moedertaal hebben en het zeer moeilijk is om dan een diepte-interview te doen.

Eerst kregen de proefpersonen een kort filmpje te zien. In dit filmpje waren vijf affiches te zien van verschillende Brusselse musea, het waren de meest recente affiches van dat moment (Bozar, Legermuseum, Wiels en Afrika-museum). In het filmpje was ook een affiche van het Museum voor Natuurwetenschappen te zien. In de affiche van het Museum werd het huidige logo vervangen door een ouder logo.



Nadat de proefpersonen het filmpje gezien hadden, moesten ze op verschillende vragen antwoorden. De onderzoekers probeerden om zo weinig mogelijk vragen te stellen, om de eerste vraag zo open mogelijk te stellen, zodat de proefpersonen zelf zoveel mogelijk vertelden en de onderzoekers zo weinig mogelijk de antwoorden stuurden of lieten merken wat zij over bepaalde onderwerpen vonden. De precieze vragen en onderwerpen die aangesneden werden tijdens het gesprek, is terug te vinden in bijlage.

De interviews werden opgenomen met een geluidsrecorder en daarna per proefpersoon uitgeschreven. Vervolgens werd de informatie gesorteerd per onderwerp, zodat het eenvoudiger was om dit te verwerken. Deze thema's zijn gerelateerd aan de vragen waarrond het onderzoek draait:

- Hoe 'sterk' is het logo van het Museum?
- Kunnen de proefpersonen de officiële naam uit de affiche afleiden?
- Is het logo transparant en modern genoeg?
- Kunnen mensen voldoende praktische informatie afleiden uit de affiches? Welke rol speelt het logo hierin? Is de plaatsing van de weblink van belang?
- Wat trekt mensen het meest aan in het drukwerk?
- Welke uitstraling heeft het drukwerk?
- Worden de affiches en folders herkend als affiches en folders van het Museum?

2 Onderzoeksresultaten

De onderzoeksresultaten werden gesorteerd per thema, en niet per proefpersoon. De thema's die hieronder aangesneden worden, zijn de thema's die het meest interessant materiaal opleverden. Andere thema's worden heel kort of niet aangesneden.

2.1 Affichebeeld

De proefpersonen kregen voor het onderzoek een filmpje te zien met vijf affiches, waaronder de affiche van "Prikkels", een tentoonstelling van het Museum voor Natuurwetenschappen. De eerste vraag na dit filmpje was of iemand een affiche herkend had. Bijna niemand had affiches herkend. Dit is niet verwonderlijk om twee redenen: ten eerste was er geen enkele proefpersoon afkomstig van Brussel, ten tweede zijn bijna alle interviews afgenomen in de periode voor de opening van "Prikkels".

Vervolgens werd gevraagd welk beeld het meest bijgebleven was bij de respondenten. Bijna iedereen vermeldde de affiche van "Prikkels". De kat bleek heel erg aan te spreken, en ook de handen met de ogen erdoor zorgden ervoor dat deze affiche zeer opvallend was en bleef hangen bij de proefpersonen. Zij konden echter niet zeggen van welke organisatie deze affiche was. Dit laatste is echter te nuanceren, want de personen kregen het beeld maar 5 seconden te zien en als de proefpersonen een andere affiche als meest bijgebleven beeld kozen, konden zij ook zelden zeggen van welke organisatie deze afkomstig was. Als er gevraagd werd om de affiche te beschrijven, bleven de proefpersonen altijd hangen bij het beschrijven van het beeld. Al de andere informatie bleek volledig verloren te zijn gegaan te voordele van het beeld. Langs de ene kant is het goed dat de affiche een zeer sterk beeld heeft, maar langs de andere kant is het jammer dat de proefpersonen bleven hangen bij dit beeld.

Vervolgens kregen de proefpersonen de affiche van "Prikkels" te zien en kregen ze de kans om hier uitgebreid naar te kijken. Dan werd er gevraagd of de proefpersonen konden zeggen van welke organisatie deze affiche was. Ongeveer de helft van de personen kon zeggen van welk

museum het was, of omdat ze het logo herkenden van een vorig bezoek, of omdat ze het logo linkten met de naam van het Museum. De andere helft kon de naam niet terugvinden, of bleef hangen bij het woord “museum” dat in het logo staat, maar kon het niet verder specificeren.

Ten slotte konden veel mensen niet afleiden uit het beeld over wat voor soort tentoonstelling het zou gaan. Sommige mensen houden van het mysterieuze kantje aan de affiche, anderen vonden dit niet fijn. De meeste mensen leken ook wat verrast te zijn toen ze hoorden dat het een affiche was van het Museum voor Natuurwetenschappen, zij hadden dit soort affiche niet verwacht.

2.2 Praktische informatie

De respondenten kregen, terwijl ze de affiche konden blijven bekijken, de vraag of ze voldoende praktische informatie konden terugvinden. Een aantal proefpersonen vonden de weblink voldoende, maar de meesten niet. Niet iedereen had door dat de weblink een link was naar de website van het Museum, het kon volgens hen ook een website zijn die meer informatie gaf over het onderwerp van de tentoonstelling. Daarnaast vonden de meeste mensen het belangrijk om op zijn minst te weten in welke stad deze tentoonstelling plaatsvond. Hierrond bestond heel wat verwarring, want sommigen dachten dat ‘expo’ een locatie was, en dan bestond er twijfel of de expo in Gent of in Brussel bedoeld werd. Dit is een zeer zwak punt op de affiche. Als mensen zich zo vergissen in de locatie, gaan ze hoogstwaarschijnlijk niet bij de juiste tentoonstelling terechtkomen en dat is jammer en zeker niet de bedoeling van het drukwerk. De aanbeveling die Nele geeft in haar thesis zou dit probleem al kunnen verhelpen. Zij stelt namelijk voor om op het drukwerk te vermelden dat het Museum vlakbij het Europees Parlement ligt in Brussel. Dat lijkt me ook een zeer goed idee. Daarnaast moet er ook nagedacht worden over het woord “expo”. Is dit noodzakelijk op de affiche? Schept het op deze manier niet iets te veel verwarring?

Sommige proefpersonen wilden ook graag weten wat de openingsuren waren. Dit is echter iets dat ik niet zou aanraden om op een affiche te zetten, het internet is voor dit soort informatie een zeer interessant medium.

Vervolgens werd aan de personen gevraagd op welke manier ze meer informatie over de tentoonstelling zouden opzoeken. De meesten zouden meer informatie opzoeken via de weblink, maar de affiche werd toch als heel belangrijk aangewezen voor de eerste informatie, zoals in welke stad het Museum is. Dit bleek voor veel mensen doorslaggevend te zijn om te komen of niet. Het was ook opvallend dat de iets oudere proefpersonen niet de website als eerste antwoord gaven om meer informatie op te zoeken. Zij blijken nog meer informatie van een affiche te verwachten. Hier moet het Museum een keuze maken. Welke informatie moet er op een affiche om welke doelgroep aan te trekken? Voor jongere mensen is een website heel belangrijk, maar oudere mensen willen graag dat er meer informatie staat op een affiche.

2.3 Logo

Aan de proefpersonen werd gevraagd, om zich na het zien van de volledige affiche, te concentreren op het logo. De meeste mensen vonden het logo onvoldoende om de naam van het Museum er uit te kunnen afleiden. Dit zou echter eenvoudig kunnen opgelost worden door de volledige naam van het Museum onder het logo te schrijven. Ook zagen veel proefpersonen pas dat er in het logo een dinosaurus stond nadat ze echt enkel op het logo gefocust waren. Dit is jammer, want de dinosaurussen zijn nu net, zoals blijkt uit het onderzoek van Nele, een grote aantrekkingsfactor van het Museum. Het zou zeer jammer zijn om dit niet uit te spelen in het drukwerk. Een oplossing hiervoor zou zijn om de druppel met de dinosaurus groter te maken, op die manier wordt de impliciete naam van het Museum (“dinomuseum”) meer ondersteund.

Vervolgens kregen de proefpersonen een vroeger logo van het Museum voor Natuurwetenschappen te zien en werd hen gevraagd om een vergelijking te maken tussen beide logo's. De meeste mensen verkozen het nieuwe logo boven het oude, maar toch waren er een aantal opmerkingen bij. Veel mensen vonden het bij het oudere logo duidelijker dat het over het Museum voor Natuurwetenschappen ging, aangezien de dinosaurus prominenter aanwezig was in het logo. Daarnaast vonden de meesten het ook beter dat de naam van het Museum vermeld wordt onder het logo, zoals bij het oudere.

3 Conclusie

In dit kwalitatief onderzoek zijn verschillende elementen van de huisstijl van het Museum voor Natuurwetenschappen onderzocht aan de hand van de affiche van de tijdelijke tentoonstelling “Prikkel”. Deze resultaten bevestigen wat er al geconcludeerd werd uit het kwantitatief onderzoek, maar geven meer gedetailleerde antwoorden.

Eerst en vooral blijkt het affichebeeld zeer goed te werken. Misschien zelfs iets te goed, want de proefpersonen bleven daar gefascineerd naar kijken en lazen de informatie niet. Daarnaast werd het beeld niet gelinkt aan het Museum voor Natuurwetenschappen. De meeste proefpersonen vinden de website een zeer belangrijke bron van informatie, maar ze misten wel informatie op de affiche. Vooral de locatie werd bleek te ontbreken.

Daarnaast werden er vragen gesteld over het logo. Bijna alle proefpersonen vonden het huidige logo een moderne en aantrekkelijke uitstraling hebben. Ze zagen echter niet snel dat er een dinosaurus stond in de druppel. In vergelijking met het oudere logo vonden ze dat de naam van het Museum bij in het logo moest staan en dat de dinosaurus er explicieter in aanwezig mocht zijn.

Kortom, het drukwerk trekt de aandacht, maar kan niet snel genoeg voldoende informatie verschaffen aan de kijker.

4 Aanbevelingen

Ten eerste zou ik aanbevelen om “Brussel” duidelijk op het drukwerk te vermelden. Veel mensen vinden dit een belangrijk gemis op de affiches momenteel. Het vermelden van de locatie zou ook voor minder verwarring met andere musea kunnen zorgen en meer duidelijkheid scheppen in de eigenheid van het Museum voor Natuurwetenschappen. Zo vind ik het een zeer goed idee van Nele om ook op de affiches te vermelden dat het Museum vlakbij het Europees Parlement gelegen is. Dit kan dit alleen maar versterken.

Daarnaast moet er ook nagedacht worden over het affichebeeld. Het beeld van “Prikkels” spreekt heel erg aan, maar er zijn maar erg weinig mensen die het beeld linken aan het Museum. Dit lijkt me een gemiste kans. Het zou beter zijn als de beelden in dezelfde lijn of stijl zouden liggen, zodat voorbijgangers onmiddellijk kunnen zien dat het een affiche is van het Museum, enkel en alleen door het beeld.

Over het logo zijn er twee aanbevelingen. Ten eerste beveel ik aan om de dinosaurus sterker naar voren te laten komen in het logo. Het is momenteel niet erg duidelijk wat er in de druppel te zien is. Dit is jammer, want door de dino groter te maken, kan de impliciete naam van het Museum (“dinomuseum”) sterker uitgespeeld worden. Daarnaast zou ik de officiële naam van het Museum nog eens onder het logo vermelden. Dit houdt niet in dat de weblink zou moeten verdwijnen, want deze bleek op een zeer goede plaats te staan op de affiche van “Prikkels”. Maar je kan beter je naam twee keer vermelden, want de weblink bleek voor veel mensen niet voldoende te zijn om de link te leggen met het Museum voor Natuurwetenschappen.

En ten slotte staat er op de affiche het woord “expo”. Dit blijkt voor Nederlandstaligen niet helemaal duidelijk te zijn. Gaat het over een locatie of over een tentoonstelling? Er moet dus zeker over nagedacht worden om dit woord te behouden of niet, of om op een andere manier duidelijk te maken dat het om een tentoonstelling gaat. Of deze verwarring ook gebeurt bij Franstaligen, kan uit dit onderzoek niet afgeleid worden.

Dit onderzoek is enkel uitgevoerd bij Nederlandstaligen, het lijkt me geen slecht idee om dit nog eens over te doen bij Franstaligen. Misschien zijn er een aantal verschillen. Heeft het Museum bijvoorbeeld ook als bijnaam 'dinomuseum' in het Frans? Is er ook een verwarring met 'expo'? Is het voor hen duidelijk dat het Museum in Brussel is? Enzovoort.

Bijlagen

Bijlage 1: Opzet van onderzoek

(filmpje laten zien)

Stel dat u deze affiches gezien hebt en u bent geïnteresseerd om er naar toe te gaan, hoe zou u te werk gaan? (weet u waar het museum gelegen is, waar u eventueel meer informatie zou kunnen terugvinden)

Hebt u deze affiches herkend?

Welke affiche is u bijgebleven? Waarom is deze u bijgebleven?

Welke woorden associeert u met deze affiches (oude affiches) Alles wat u spontaan zou kunnen zeggen bij deze affiches, interesseert ons. U mag eerlijk zijn.

wat vond je de aantrekkelijkste affiche?

Beschrijf de affiche?

Vertel alles wat u zich herinnert.

(affiche laten zien)

Hoofdvragen:

- Wat vindt u van deze affiche?

- Wat kan u me vertellen over de uitgever van deze affiche?

Bijvragen:

- Wat stralen ze volgens u uit?
- Zijn ze volgens u van dezelfde organisatie?
- Van welke organisatie zijn deze affiches volgens u?
- Wat zorgt er volgens u voor dat men kan zien dat deze affiches over hetzelfde museum gaan?
- Wat denkt u terug te vinden in dat museum?
- Kan u praktische informatie terugvinden op deze affiches?
- Is deze praktische informatie voldoende/ te veel voor u?
- Welke praktische informatie vindt u belangrijk?
- Kan u, afgeleid uit de affiche, zeggen waar het museum zich bevindt of waar u meer informatie kan vinden?
- Zou u, als u een affiche ziet met enkel de weblink, daarnaar op het internet surfen? Of heeft u graag dat alle info op de affiche staat?
- Wat is volgens u de naam van het museum? Hoe hebt u die gevonden?
- Bent u al naar dat museum geweest? Wat herinnert u zich van uw vorig bezoek?
- Als u het museum nog niet hebt bezocht, wat denkt u daar terug te vinden?

(gewone affiche laten zien en affiche met oud logo)

Hoofdvragen:

- Wat vindt u van deze affiches?

Bijvragen:

- Wat is het verschil tussen deze affiches?
- Wat roepen de twee verschillende stijlen bij u op?
- Uit welke affiche kan u het snelst afleiden over welk museum het gaat? Waarom?
- Welk imago denkt u dat het museum nu wil uitstralen?

- Wat vindt u dat een museum moet uitstralen? Welke musea stralen dit volgens u uit?
- Waaraan denkt u als u de logo's ziet?
- Welke stijl vindt u het duidelijkst?
- Welke stijl spreekt u het meest aan?
- Op welke manier zou u deze affiche duidelijker en aantrekkelijker maken?
- Zijn er bepaalde affiches die u erg goed vindt? Die u aantrekken? Waarom?
- Welke beelden spreken u het meest aan?
- Welke affichebeelden vindt u het opvallendst?
- Welke affichebeelden vindt u het duidelijkst?
- Vindt u op alle affiches voldoende informatie terug naar uw mening? Waarom?

(enkel focussen op het nieuwe logo)

Hoofdvragen:

- Wat vindt u van het logo?

Bijvragen:

- Kan u uit het logo alleen afleiden over welk museum het gaat?
- Wat vindt u van het logo? Wat vindt u belangrijk aan een logo?
- Vindt u een weblink op een affiche belangrijk? Waar zou u die eventueel plaatsen op een affiche?