EasyMO

Idee, Marktstudie, Schlussfolgerungen

Brauchen Museen CMS? Wollen Museen CMS?

Fraunhofer IMK Institut Medienkommunikation

museums and the internet

Stephan Heisterkamp
stephan.heisterkamp@imk.fraunhofer.de

Gliederung

- Idee und Beschreibung
- Marktstudie „EasyMO: Easy Museum Online“
- Offene Fragen
- Schlussfolgerungen

Idee und Beschreibung

EasyMO – Easy Museum Online

- Konfigurierbares Museum Online System
- Basismodul enthält die Grundfunktionen für ein Museum
- Modulares System, basierend auf Open Source Software
- Kernmodul ist ein Content Management System
- Bedienung und Wartung über eine Webschnittstelle
- Erweiterbar über Zusatzmodule

Idee und Beschreibung

Basismodul EasyMO

Open-Source CMS

Einrichtung der Website

Basismodul

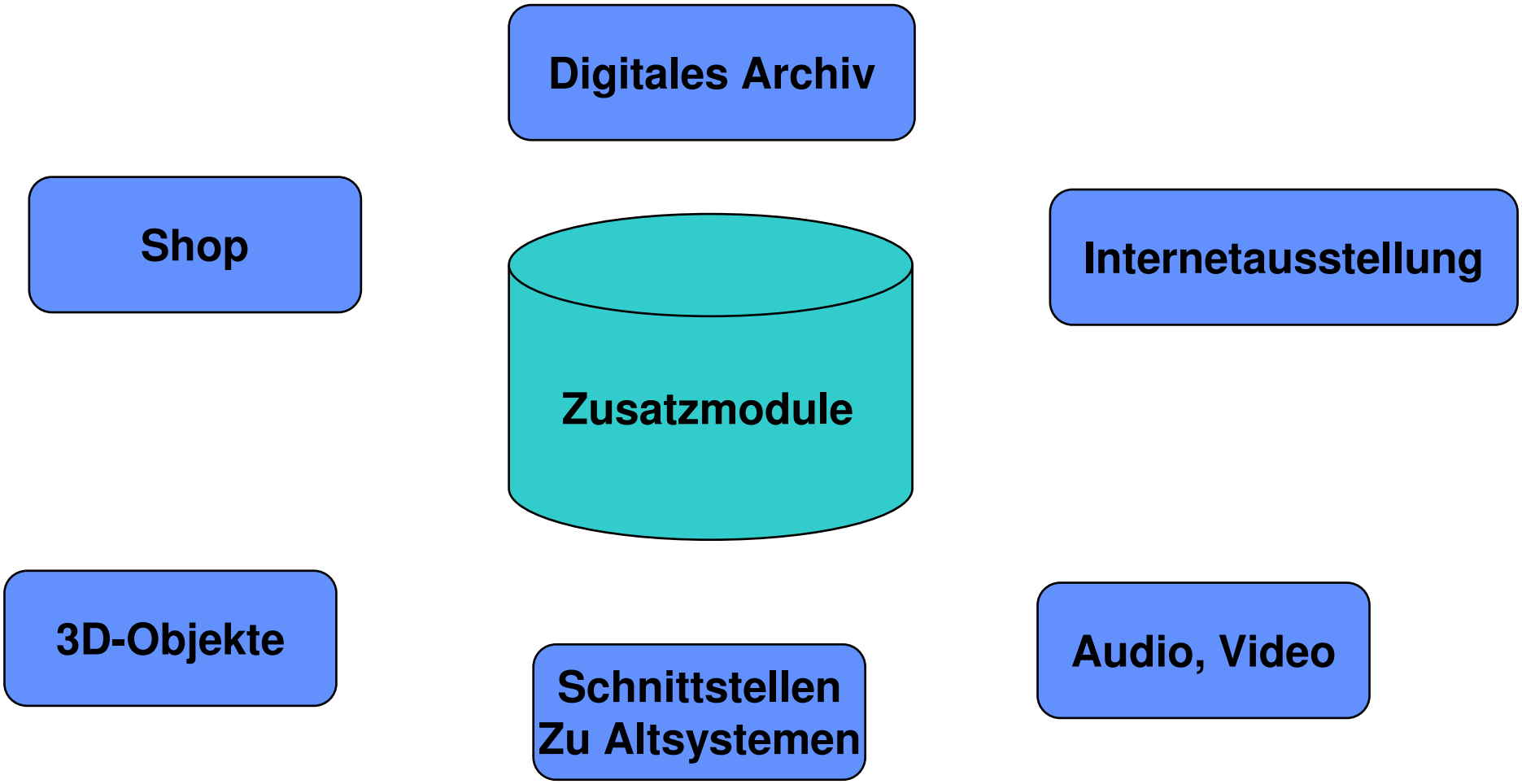
Basisseiten + Funktionen

Öffnungszeiten, Preise,
Anfahrt, Kontakt,
Impressum, Infos zum Haus,
Infos zur Ausstellung,
zur Sammlung
Layout, Grundnavigation,
Volltextsuche
usw.

Mitarbeiterschulung

Idee und Beschreibung

Zusatzmodule EasyMO



Vorteile

- Aktualisierung und Wartung durch eigenes Personal
- Baukastensystem ermöglicht spätere Erweiterungen
- Bedienung über Webschnittstelle
- Geringe Lizenzkosten
- Datenaustausch über offene Schnittstellen

Idee und Beschreibung

Frage:

Brauchen Museen CMS?
Wollen Museen CMS?

Marktstudie: Zielsetzung

EasyMO
Easy Museum Online Marktstudie

- Überblick über Museen in Deutschland und statistische Ergebnisse
- Museen im Internet und deren Aktivitäten
- Untersuchung von Museums-Webseiten
- Wettbewerbsuntersuchungen

Marktstudie: Methodik

Primärrecherche

- Telefonumfrage (ca. 60 Museen)
- Email-Umfrage (ca. 110 Museen)

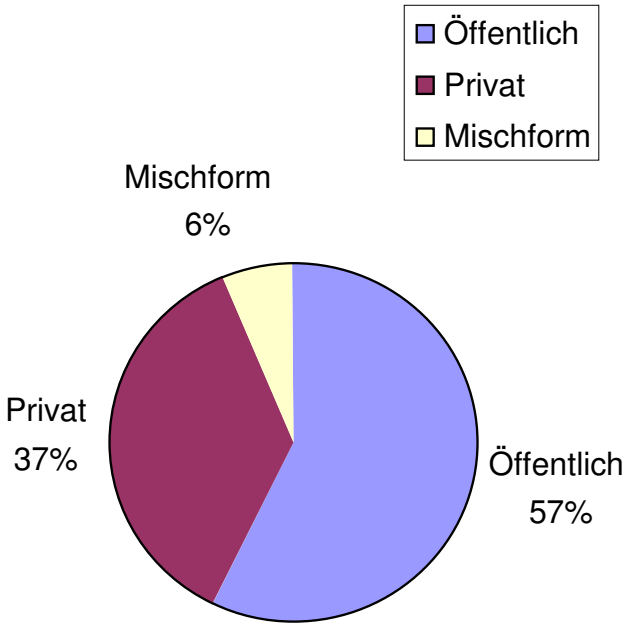
Fraunhofer FhG Netzwerk Marketing

Sekundärrecherche

- Studien und Erhebungen des Instituts für Museumskunde in Berlin
- Repräsentativumfragen der Firma FORSA
- Informationen des Publikationsorgans »Museologie-online«
- Dokumentationen von Vorträgen am Institut für Museumskunde Berlin

Marktstudie: Ergebnisse

Museumslandschaft in Deutschland

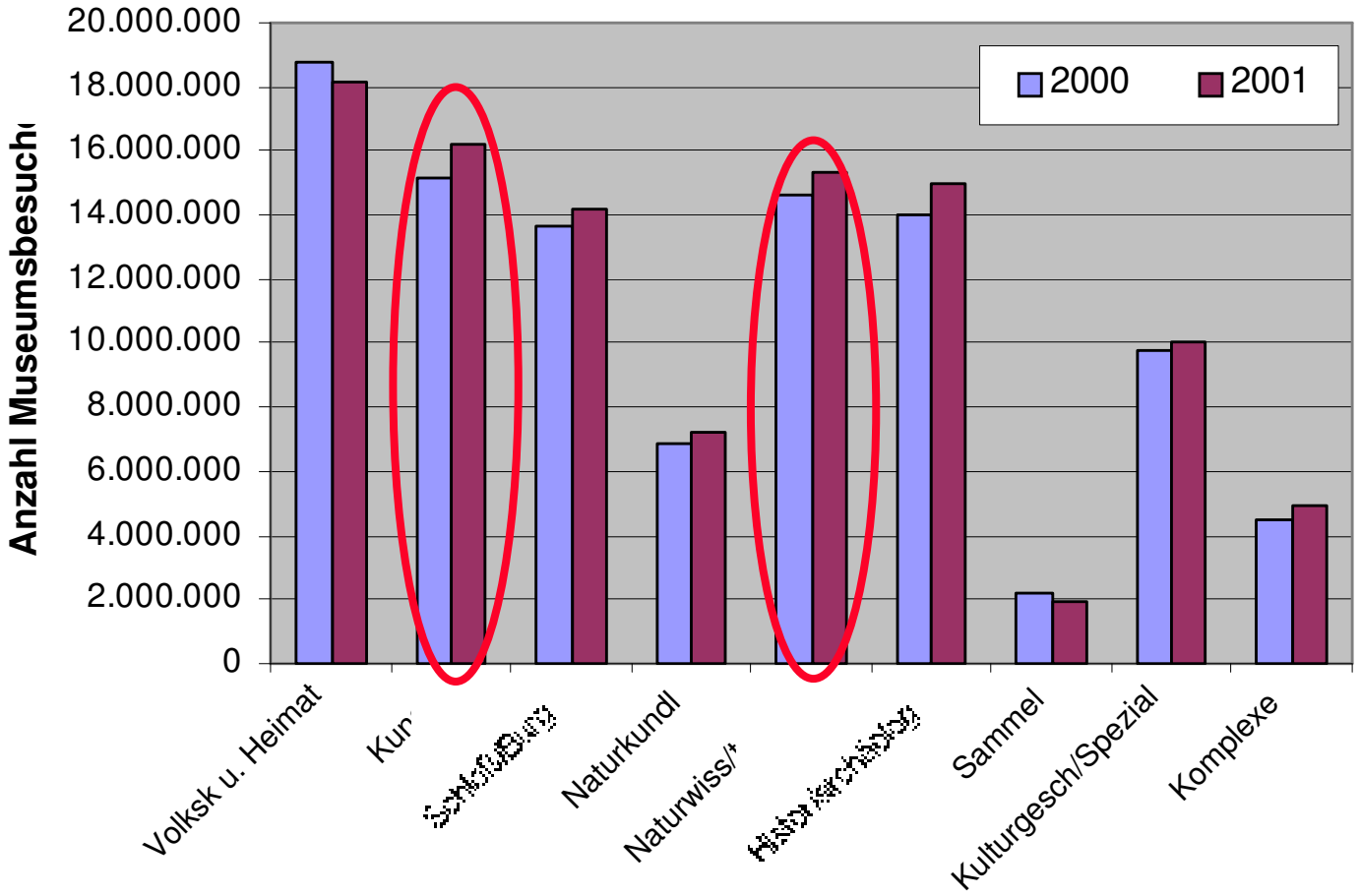


- Insgesamt fast 6000 Museen in Deutschland
- Davon rund 1300 in den Kategorien
  - Kunstmuseen (600)
  - Naturwissenschaftliche und technischen Museen (70
- 57% sind öffentlich, 37% privat
- Sonderausstellungen ziehen Besucher an

Studien und Erhebungen des Instituts für Museumskunde in Berlin (2001)

Marktstudie: Ergebnisse

Zielgruppen für EasyMO



Marktstudie: Ergebnisse

Zielgruppe für EasyMO

- Fokussierung auf
  - Kunstmuseen
  - Naturwissenschaftliche und technischen Museen
- ... da relativ gesehen viele Besucher
- ... Besucher der Museen deckungsgleich mit typischen Internetnutzern

Marktstudie: Ergebnisse

Museen im Internet

- 32% der Museen haben bereits Internetauftritt
- 35% sind ausschließlich auf anderen Webseiten vertreten
- ¾ der Museen leisten sich Homepage aus eigenen Mitteln
- Aktualisierungen vorzugsweise von Museumsmitarbeitern durchgeführt
- Aktuelle Informationen zu Sonderausstellungen für Internetauftritt sehr wichtig

Marktstudie: Ergebnisse

Museen im Internet

Was interessiert Sie auf der Internetseite eines Museums am meisten?

Thema	Anzahl der Internetnutzer in %
Informationen zu Sonderausstellungen	77
Zugangsinformationen wie Öffnungszeiten, Verkehrsanbindungen, Eintrittspreise etc.	66
Bilder und Texte aus den Ausstellungen	61
Informationen zu Dauerausstellungen	59
Publikationen	47
Bilder und Texte, die nicht in den Ausstellungen zu sehen sind	38
Angebote wie Führungen, Vorträge, Veranstaltungsprogramme	32
Museumsshop	20
Live Angebote	16
Sonstiges	15

Marktstudie: Ergebnisse

Schwachstellen-Analyse von Webseiten

- Webseiten von Museen sind oft schlicht und bieten wenig Zusatzfunktionen
- Virtueller Rundgang, 3-D- Ausstellungsobjekte, Forum und Online-Anmeldung kaum vorhanden
- Kontaktmöglichkeiten für Besucher oft eingeschränkt
- Kaum Einblick in die Sammlungsinhalte

Ergebnisse der Befragungen I

- 50% der Museen halten Internetauftritt für »sehr wichtig«
- Aktualität der Internetseiten hohe Relevanz
- Üblich sind 1-3 konzeptionelle Änderungen pro Jahr
- Inhaltliche Änderungen zwischen 2 Wochen und 2 Monaten
- Mehr als 50% der Museen planen Veränderungen im kommenden Jahr (2004)

Ergebnisse der Befragungen II

- 20% der Museen haben bereits jetzt kaum Folgekosten da Aktualisierungen durch eigene Mitarbeiter erfolgen
- 20% geben an, ein ungünstiges Preis/Leistungsverhältnis zu haben
- 11 Museen nennen verfügbare Beträge zwischen EUR 250,- und EUR 20.000,-
- An die Produkteigenschaft »leicht zu pflegen« glauben die potenziellen Kunden nicht so recht

Ergebnisse Wettbewerbsuntersuchungen

- Viele Wettbewerber haben sich nicht auf Museen spezialisiert.
- Viele Anbieter von MMS bieten Zusatzmodule für die Internetanbindung bzw. Website-Erstellung für einzelne Inhalte an.
- Produktvergleich ist aufgrund großer Unterschiede im Funktionsumfang und Preisrahmen schwierig.
- Preise für Softwarelösungen werden meist erst nach Analyse der Geschäftsprozesse beim Kunden genannt.

Marktstudie: Offene Fragen

- Verbreitung der MMS und ihrer Websitemodule
- Funktionalität der unterschiedlichen Websitemodule
- Preisgestaltung

Schlussfolgerungen

Brauchen Museen Web CMS? Ja!

- Internet Auftritt wird als wichtig angesehen.
- Mitarbeiter müssen kein HTML/Javascript/Flash… beherrschen.
- Aktuelle Inhalte können schnell eingegeben werden.
- Trennung von Inhalt und Struktur hält die Kosten für konzeptionelle Änderungen gering.

Wollen Museen Web CMS? Ja, aber…

- Zuviel Anpassungsaufwand für Museen bei bisherigen Web CMS.
- Meist nur geringe finanzielle Mittel für Anschaffung und Folgekosten vorhanden.
- Nur wenig technisches Personal vorhanden.

Fragen?

ortrag gehalten anläßlich der MAI-Tagung
m 13./14. Mai 2004 im LandesMuseum Bonn

museu
and the
interne

Fraunhofer Institut Medienkommunikation

Stephan Heisterkamp
stephan.heisterkamp@imk.fraunhofer.de