



Von "GAFA" lernen ...

User Experience als Framework für digitale und analoge Museumsstrategien

MAI-Tagung 2017



Google, Apple, Facebook und Amazon haben in ihrem Erfolg eine Gemeinsamkeit – das Streben nach der bestmöglichen UX

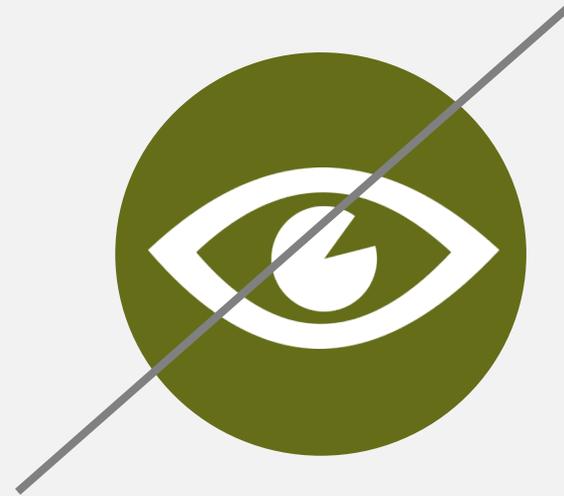
Google



amazon.de

Weder Funktionsvielfalt noch Optik sind die entscheidenden USPs der führenden Technologiekonzerne

~~*fx*~~



Das iPhone war nicht das erste Smartphone – auch nicht das erste mit Touchscreen...



...und Amazon bietet nicht immer den günstigsten Preis an

Preis + Versand (inkl. USt)	Zustand	Verkäufer-Information	Lieferung
EUR 16,50 + EUR 3,00 Versandkosten	Neu	Psybibliothek ★★★★★ 99% positiv in den letzten 12 Monaten. (148 Bewertungen insgesamt) Verkäuferinformationen, Impressum, AGB, Widerrufsrecht.	<ul style="list-style-type: none">• Ankunft zwischen Mai 22-27.• Versand aus Österreich• Versandtarife
EUR 20,00 ✓ <i>Prime</i> Kostenlose Lieferung. Details	Neu		<ul style="list-style-type: none">• Lieferung bis Montag, 15. Mai: Bestellen Sie innerhalb 5 Stunden und 19 Minuten und wählen Sie Premiumversand an der Kasse. Siehe Details.• Lieferung zum Wunschtermin möglich• Versandtarife und Rücknahmerichtlinien.

Der nachhaltige Erfolg von „GAFA“ gründet nicht auf technologischem Vorsprung

UX nach Vitruv [1. Jhd. v. Chr.]

- 1 Festigkeit**
- 2 Nützlichkeit**
- 3 Schönheit**

User Experience Questionnaire¹⁾

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1 Attractiveness | 4 Dependability |
| 2 Perspicuity | 5 Stimulation |
| 3 Efficiency | 6 Novelty |

1) Beispielhaft: <http://www.ueq-online.org>

Der Erfolg von GAFA beruht auf der Verbindung von Funktion, Design und Leistungsversprechen – der User Experience

amazon.de



Amazon App for BlackBerry
Buy millions of products wherever you go

- * **Fast:** Shop over 40 product categories available from Amazon.com and thousands of other merchants.
- * **Convenient:** Access your existing Amazon account, cart, wish lists, payment and shipping settings, order history, 1-Click, and Prime membership benefits.
- * **Secure:** All orders placed on the Amazon App are processed by Amazon's secure servers.



UX ist kein „digitales“ Thema – es betrifft den tagtäglichen Umgang von Nutzern bei nahezu allen Tätigkeiten



Good user experience

Design

UX Experten gehören zu den begehrtesten und teuersten Experten im Silicon Valley

1

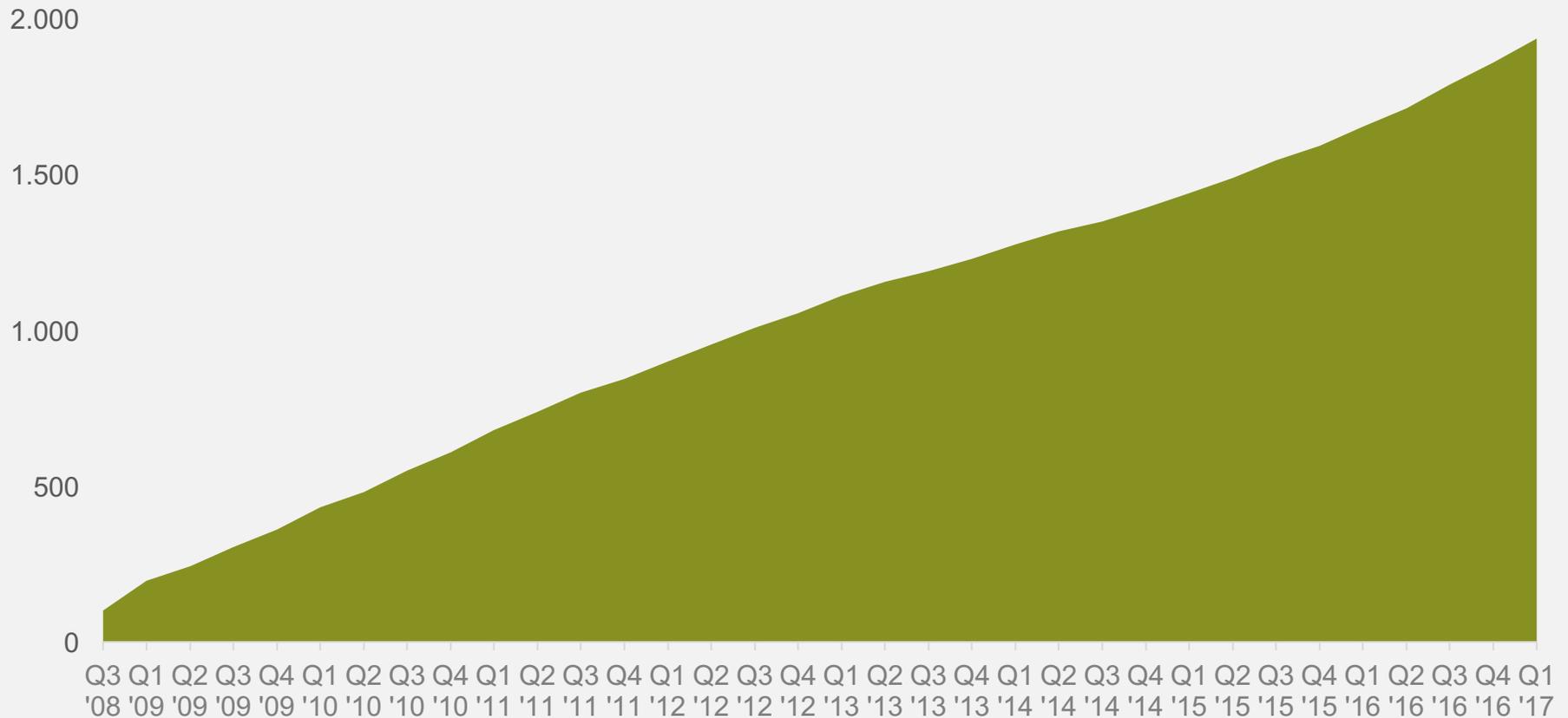
UX bedeutendes
Strategiethema und
missionskritisch

2

UX-Experten sind heiß begehrt –
Museen können nicht das Rad neu
erfinden sondern müssen auf
bestehendes Wissen aufbauen

UX ist entscheidende Basis für treue Community – von Online-Plattformen können Institutionen viel lernen

Facebook MAU [in Millionen]



UX ist entscheidende Basis für treue Community – Institutionen können von Online-Plattformen viel lernen

Community Building

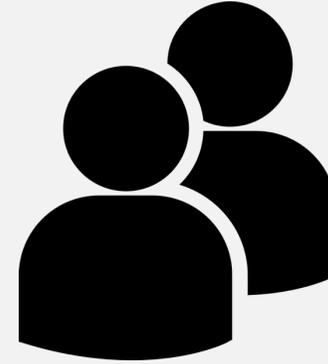
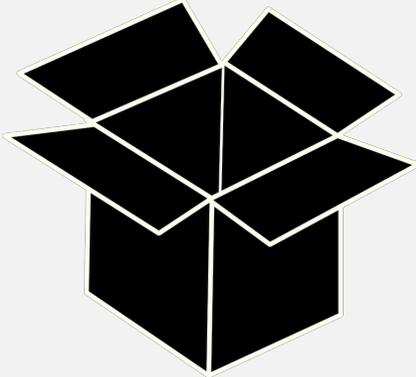
6 Schritte des Community Buildings

- Target Influencers
- Indulge Early Adopters & Listen
- Make it Useful w/o Users
- Create Exclusivity, Scarcity, Urgency
- Give Users Tools to Evangelize
- Seed Content & Communities

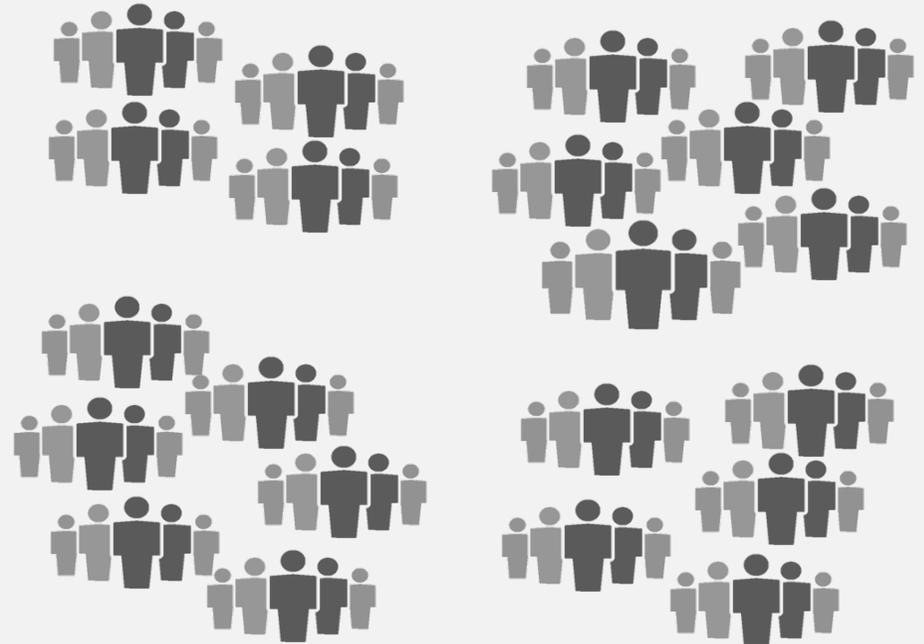


- Soziale Netzwerke haben **Community Building perfektioniert**
- Besuch von Kulturinstitution immer auch gesellschaftliches Ereignis
- **Netzwerkeffekt auch bei kleineren Netzwerken** mit (wenn auch geringeren) Wirkung
- Stärkung der Bedeutung in Kulturinstitutionen und Adaption der Erfahrungen der Technologie-Branche

Strategien werden traditionell an Produkten und Dienstleistungen ausgerichtet – das UX-Framework orientiert sich an Nutzern



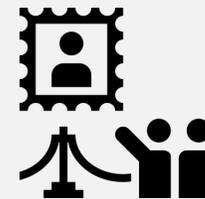
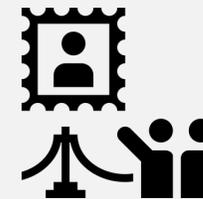
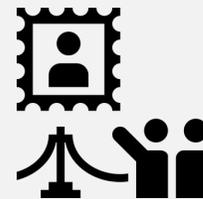
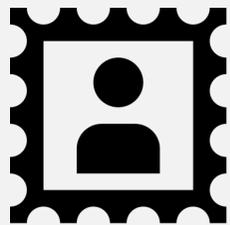
Eine strategische Ausrichtung an Zielgruppenwünschen bedeutet nicht „die Kunst auf dem Altar des Kommerz zu opfern“



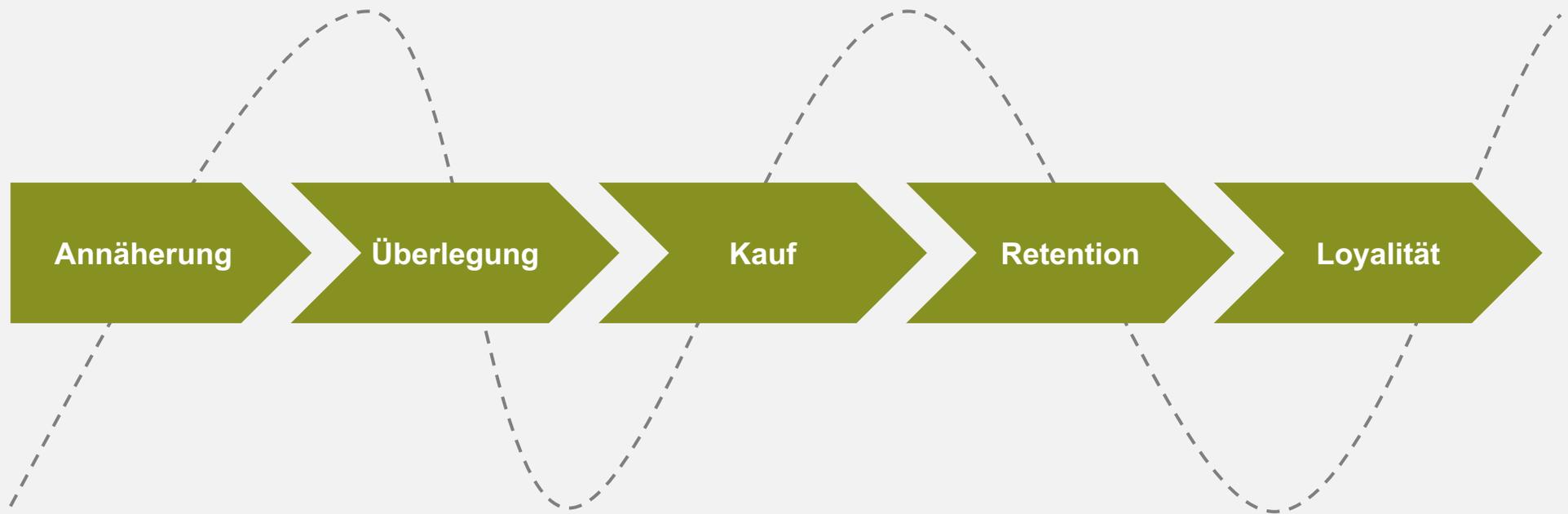
Blockbuster sorgen für Reichweite – Juwelen zahlen auf die Marke ein



VS.



User Experience als Strategieframework eignet sich daher hervorragend für Museen – Entwicklung entlang der Customer Journey



Vielen Dank!

und nun:

Diskussion!

Hannes Tronsberg
tronsberg@actori.de
@trnsbrg
+49 89 540 447 400

DISCLAIMER

Die Ausführungen der actori GmbH beruhen auf Annahmen, die aufgrund des zugänglichen Datenmaterials und der Auskünfte der jeweiligen Ansprechpartner im Unternehmen für richtig erachtet werden. Gleichwohl übernimmt die actori GmbH für die Richtigkeit der gemachten Annahmen sowie die darauf aufbauenden Aussagen keine Haftung.

In der vorliegenden Unterlage wird aus Gründen der leichteren Lesbarkeit auf eine geschlechterspezifische Differenzierung, wie z.B. Besucher/Innen, verzichtet. Im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes sind diese Bezeichnungen als nicht geschlechtsspezifisch zu betrachten.

All the statements and recommendations of actori GmbH are based on assumptions that are considered as correct with respect to the available data and the information given by the contact persons of the client or other sources. Nevertheless actori GmbH does not take liability for the correctness of the assumptions and the statements and recommendations based upon.

COPYRIGHT

Alle in dieser Dokumentation enthaltenen Strategien, Modelle, Konzepte, Ideen, Berechnungen und Schlussfolgerungen sind ausschließliches geistiges Eigentum (Ausnahme: Quellenangaben) der actori GmbH und urheberrechtlich geschützt. Sie werden dem Auftraggeber zu dessen ausschließlicher Nutzung zeitlich unbefristet überlassen. Alle hierin enthaltenen Informationen unterliegen der Geheimhaltung und sind nur für den Auftraggeber bestimmt. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, diese Dokumentation zu verändern oder außerhalb seines Unternehmens zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Diese Bestimmung kann ausschließlich mit schriftlicher Zustimmung der actori GmbH abgeändert oder widerrufen werden. Mündliche Vereinbarungen besitzen keine Gültigkeit.

All the strategies, models, concepts, ideas, calculations and conclusions incorporated into this documentation are the exclusive intellectual property (except sources are referenced) of actori GmbH and are protected under copyright. They have been turned over to the client exclusively for his own use for an unspecified period. All information included in them is to be kept confidential and is intended for the client's eyes only. The client is not permitted to change this documentation, make it public outside his own company or disseminate it in any way. This rule may only be amended or revoked with the express written consent of actori GmbH. Verbal agreements shall not be deemed valid.

actori GmbH

Büro München
Gundelindenstraße 2
80805 München
Tel +49-89-540 447 400
Fax +49-89-540 447 499
team@actori.de

Büro Dresden
Maxstraße 15
01067 Dresden
Tel +49-351-484 319 6
Fax +49-351-484 320 9
team@actori.de

www.actori.de

Beirat:
Prof. Dr. h.c. Roland Berger
(Vorsitzender)
Sir Peter Jonas
Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
Horst Wildemann

Geschäftsführer:
Prof. Maurice Lausberg
Frank Schellenberg



museums
and the
internet

Dieser Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung 2017 am 15./16. Mai 2017 im Zoologischen Forschungsmuseum Alexander Koenig, Bonn.

Die MAI-Tagung 2017 ist eine Kooperationsveranstaltung des LVR-Fachbereichs Regionale Kulturarbeit, dem Zoologischen Forschungsmuseum Alexander Koenig und des LVR-Archivberatungs- und Fortbildungszentrums.

Weitere Informationen unter:

www.mai-tagung.de



Anmeldung für den Newsletter:

www.mai-tagung.de/MAI-Ling

