



**Video Transcript**  
**SU3.4.2**  
**Alis Vasile**  
**Romanian Ministry of Culture**  
**& National Institute**  
**for Cultural Research and Training**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Module:	3. Digital strategies and tools for cultural heritage
Sub-Unit:	3.4.2 Designing the digital experience: processes and steps for online and onsite initiatives
Author:	Alis VASILE, cultural heritage expert, Romanian Ministry of Culture & National Institute for Cultural Research and Training
Technical Reviewer:	Panagiota Polymeropoulou, Hellenic Open University
Scientific Reviewer:	Raluca Iulia Capotă, National Institute for Cultural Research and Training
Keywords:	digital experience design, project management, communication channels, audiences, content development



This work is licensed under a Creative Commons [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0)]

Template by:



DAISSY research group, Hellenic Open University (<http://daissy.eap.gr/en/>)

Was ist das Digital Experience Design? Es ist im Grunde alles, was Sie tun müssen, um einem guten Kunden ein gutes Besuchererlebnis zu bieten: ein gutes Erlebnis als insgesamt zufriedenstellendes Erlebnis, ein wirkungsvolles, ansprechendes, zum Nachdenken anregendes und Loyalität förderndes Erlebnis.

Ein gutes Erlebnis konnte in Sachen Bedienbarkeit, Design ansprechend und auch der Wirkung – den Takeaways der Besucher, den unmittelbaren Takeaways und der lang- und mittelfristigen Wirkung des Erlebnisses – bewertet und bedacht und natürlich gestaltet werden.

In Bezug auf die Bedienbarkeit sollten wir nach der sogenannten „benutzerfreundlichen Erfahrung“ suchen: etwas, das einfach zu bedienen, sehr zugänglich, sehr intuitiv und im Gegensatz zu komplizierten, frustrierenden, zeitaufwändigen Erfahrungen ansprechend und einprägsam ist und wertvolle Zeit wert für den Besucher, für unseren Kunden.

Das Design sollte ansprechend sein, das heißt angenehm, auch klar, ordentlich, einfach, intuitiv und am Ende, warum nicht, Spaß machen; es sollte natürlich auch unseren visuellen Identitätsrichtlinien entsprechen.

Die Imbissbuden: Unser Hauptziel zum Mitnehmen wären wahrscheinlich lehrreiche, informative Inhalte und Informationen, die der Besucher mitnehmen kann, aber wir könnten auch darauf abzielen, Spaß zu haben, allgemeine Informationen an andere potenzielle Besucher weiterzugeben und, warum nicht, für langfristige Wirkung, eine positive Kommunikation unserer Marke.

Vor diesem Hintergrund sollten wir uns mit den Phasen des eigentlichen Erlebnisdesigns befassen.

Die Schritte sind die gleichen wie bei jedem anderen Projekttyp, die Hauptphasen des Projektmanagements im Allgemeinen. Wir sollten also eine erste Vorbereitungsphase haben, in der wir bewerten und festlegen sollten, was wir mit dieser digitalen Erfahrung machen wollen, was wir bereitstellen wollen und was wir kommunizieren möchten und mit wem wir kommunizieren möchten. Daher sollten wir den Inhalt und die Kommunikationskanäle, aber auch Wege und Methoden in Übereinstimmung mit der Strategie, der Mission, den allgemeinen und spezifischen Zielen unserer Organisation auswählen, und wenn wir diese spezielle digitale Erfahrung innerhalb eines Projekts entwickeln, sollten wir sehen, was allgemein ist Richtlinien gelten für das jeweilige Projekt.

Wir müssen auch sehen, was wir technisch tun können, also müssen wir informiert sein, um die aktuellen und trendigen Themen, das Inhaltsformat, vielleicht sogar die inhaltlichen Richtungen in wissenschaftlicher Richtung zu recherchieren, um zu sehen, was Kanäle und Anwendungen sind jetzt im Trend.

Wenn wir uns für die neuesten entscheiden, könnten wir uns ein langlebigeres Produkt besorgen. Wenn nicht, sollten wir uns vielleicht für eine zugänglichere, allgemein bekanntere und verwendete Formel entscheiden.

Wie auch immer, wir sollten auch die Konkurrenz im Auge behalten, um zu sehen, was andere tun, um zu sehen, ob wir Best Practices identifizieren können, die wir in unserem Entwicklungsprodukt verwenden könnten, und wenn nicht, würden wir uns vielleicht für etwas Spezielleres entscheiden, mehr im Einklang mit unseren

Anforderungen, mit den Bedürfnissen unserer Organisation.

Nachdem wir alles, was ich zuvor erwähnt habe, eingerichtet haben, sollten wir die Ressourcen beschaffen, die für die Entwicklung des digitalen Produkts, also der digitalen Erfahrung, erforderlich sind.

Ausgehend von dem, was wir erreichen wollen, müssen wir also auch sehen, was wir mit den in unserer Organisation verfügbaren Ressourcen erreichen können. Wir sollten also unsere Wünsche an die Realität und an die Verfügbarkeiten anpassen.

Wir müssen darüber auch mit Spezialisten im IT-Bereich sprechen, also müssen wir uns beraten – wahrscheinlich würden wir außerhalb unserer Organisation Beratungen brauchen – wenn wir keine eigene IT-Abteilung in der Organisation haben. Dies wäre also eine gute Gelegenheit für uns, unser Wissen zu verbessern und es auch in eine langfristige Ressource umzuwandeln. Vergessen Sie nicht, die üblichen Ressourcen, also Geld, Zeit und Personal, nicht nur für die Entwicklungsphase des Projekts und für die ersten Schritte der Umsetzung und Evaluation, sondern auch langfristig einzuplanen. Denken Sie also daran, dass Sie das Personal nicht nur am Anfang, sondern auch unterwegs schulen müssen und dass wir Ressourcen benötigen würden, um das Produkt, das digitale Erlebnis, rechtzeitig zu aktualisieren und zu überarbeiten. Wir sollten also länger planen.

Es ist auch sehr wichtig, an dieser Stelle das Publikum zu berücksichtigen, also müssen wir sehen, was die digitalen Fähigkeiten des Publikums, des bestehenden Publikums und des Zielpublikums sowie die digitale Appetenz sind. Wenn wir kein Publikum haben, das daran interessiert ist, nebenbei mit digitalen Technologien zu experimentieren, sollten wir diese Art von Experiment oder diese Art von Produkt vielleicht aus unserem Angebot verschieben. Außerdem sollten wir sehen, was die bevorzugten Kanäle unseres bestehenden Publikums sind, und natürlich das Besucherprofil, das Benutzerprofil der verfügbaren Plattformen überprüfen und die beste Plattform für unser Publikum und die einfachsten verfügbaren technologisch nutzbaren Tools auswählen.

Vergessen Sie nicht, dass die digitale Erfahrung die tatsächliche Erfahrung des Erbes, des Kulturprodukts ergänzen und verbessern, nicht ersetzen sollte.

Vergessen Sie auch nicht, nur qualitativ hochwertige Produkte zu haben; Wenn es nicht von hoher Qualität ist, wird es vom Benutzer nicht geschätzt und es wird nicht die Ziele erreichen, die Sie zu Beginn im Auge hatten. Warten Sie also besser, bis Sie die Ressourcen haben, um ein qualitativ hochwertiges Produkt zu entwickeln, als sich für etwas von mittlerer Qualität zu entscheiden.

Und bald haben wir das Produkt fertig und es entspricht allem, was wir am Anfang im Sinn hatten, und jetzt implementieren wir es, vielleicht ein Prototyp, wenn wir genug Ressourcen und Zeit dafür haben. Wie auch immer, wir sollten es testen, das ist klar, und wir sollten es mit unseren Kollegen testen, mit unseren Kollegen, wir sollten es selbst testen, an uns selbst und am besten mit einer Fokusgruppe, basierend auf unserer Zielgruppe. Wenn nicht, testen Sie es einfach mit so unterschiedlichen Zielgruppen wie möglich, mit so unterschiedlichen Personen wie möglich. Vergessen Sie nicht, die potenziellen Änderungen umzusetzen, die durch das Feedback erforderlich sind, das Sie während der vorläufigen Tests erhalten ... und das Testen und die Überarbeitung und die Verbesserung enden nie, sodass Sie das Produkt weiterverfolgen müssen, um zu sehen, wie das Publikum reagiert dazu, einen

Bewertungsbogen, einen dauerhaften Bewertungsbogen zu gestalten, sei es für die allgemeine Zufriedenheit oder speziell für zB Anregungen und entsprechend mit dem erhaltenen Feedback zu verbessern.

Sie müssten aber auch entsprechend dem technologischen Fortschritt aktualisieren und überarbeiten, denn die digitalen Technologien entwickeln sich sehr schnell, also müssen Sie relevant bleiben, Sie müssen auch sehen, wie der von Ihnen gewählte Kanal auf dem Markt immer noch relevant ist, und wenn nicht, zu einem anderen wechseln. Dies sollte eine permanente Recherche zu den digitalen Möglichkeiten sein. Versuchen Sie also, Stabilität, Kontinuität, aber auch Innovation anzustreben und ein Gleichgewicht zwischen diesen drei Säulen zu finden.

Zum Schluss noch ein paar Worte zum Digital Experience Design.

Halten Sie es einfach, zugänglich, benutzerfreundlich, attraktiv, vielleicht süchtig machend und Zeit wert.

**END OF SCRIPT**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# EU Heritage.

Skills for promotion,  
valorisation, exploitation, mediation and  
interpretation of European Cultural Heritage