

Strategien und Ansätze des Kulturmarketing

Benthe Schemmel
und
Anna Wendt

Rendsburg, 09.02.2012

Warum Kulturmarketing?

- Kultur muss sich anstrengen
- Kulturmarketing = Kulturvermittlung
- „Unternehmerisches Denken“
- Marketing ist kreativ und macht Spaß

Sammlung
Ausstellungen
Programm
Museum
Shop

Museumsfreunde
Museumspädagogik
Grethjens Gasthof
Besucherinfos
Jobs/Praktika
The Föhr Reef

The Föhr Reef

A Satellite of the worldwide Hyperbolic Crochet Coral Reef Project created by Margaret and Christine Wertheim of the Institute For Figuring in Los Angeles.

HÄKELN SIE MIT AM KORALLENRIFF FÜR DIE INSEL FÖHR!

Vom 13. Januar bis zum 9. Juni 2012 wird im Museum Kunst der Westküste ein Korallenriff wachsen, genauer – gehäkelt werden. Alle Interessierten sind herzlich eingeladen, mitzuhäkeln!

The Föhr Reef wird im Rahmen einer größeren Ausstellung vom 10. Juni bis zum 16. September 2012 im Museum Kunst der Westküste präsentiert werden. The Föhr Reef entsteht als Kooperation mit dem Institute For Figuring, Los Angeles.

Das Projekt


Gehäkelte Korallen sind ästhetische, farbenfrohe Gebilde, die ihren natürlichen Verwandten, den Meereslebewesen Korallen, verblüffend ähnlich sehen. Natürliche Korallenriffe stellen einzigartige Ökosysteme und Biosphären dar, in denen unzählige andere Tier- und Pflanzenarten leben. Durch Meerwasserverschmutzung, Überfischung und Klimaerwärmung ist heute bereits über ein Fünftel aller Korallenriffe weltweit verschwunden.

Das Häkeln von korallenartigen Gebilden geht auf die Mathematikerin Daina Taimina zurück, die ihre gehäkelten Modelle entwarf, um den hyperbolischen Raum zu visualisieren. Der mathematische hyperbolische Raum ist ein, bildlich gesprochen, in sich selbst gekrümmter, sich an jedem Punkt weiter ausdehnender Raum. Man kann ihn sich ungefähr wie ein gewelltes Salatblatt vorstellen. Lange galt die

TERMINE

Das Projekt richtet sich an alle Interessierten. Vorkenntnisse sind nicht erforderlich. Wolle und Nadeln werden gestellt. Teilnahme, Quereinstieg und auch Arbeit von zuhause aus sind jederzeit möglich. Telefonische Voranmeldung unter +49 (0) 4681 747400 erbeten. Einsendeschluß ist der 20.5.2012.

 [Regeln und Rechte.pdf](#)

 [Haekelanleitung_Korallen.pdf](#)

Häkelsitzungen Januar bis Juni 2012 Grethjens Gasthof, Alkersum/Föhr

Do 19.1.2012, 15-18 Uhr

Do 26.1.2012, 15-18 Uhr

Do 2.2.2012, 15-18 Uhr

So 5.2.2012, 13-17 Uhr (Shuttlebus-Anschluß an 12.50 Fähre Hafen Wyk zum Museum)

Do 9.2.2012, 15-18 Uhr

Do 16.2.2012, 15-18 Uhr

Do 23.2.2012, 15-18 Uhr

Do 1.3.2012, 15-18 Uhr

So 4.3.2012, 13-17 Uhr (Shuttlebus-Anschluß an 12.50 Fähre Hafen Wyk zum Museum)

Do 8.3.2012, 15-18 Uhr

Do 15.3.2012, 15-18 Uhr

Do 22.3.2012, 15-18 Uhr

Do 29.3.2012, 15-18 Uhr

So 1.4.2012, 13-17 Uhr (Shuttlebus-Anschluß an 12.25 Fähre Hafen Wyk zum Museum)

Do 12.4.2012, 15-18 Uhr



KONTAKT UND ANMELDUNG

Lea Heim

Volontariat

Museum Kunst der Westküste

Hauptstraße 1

D-25938 Alkersum/Föhr

he(at)mkdw.de

T +49(0)4681 7474014

F +49(0)4681 7474019

TEILNEHMER

www.mkdw.de

Was ist Marketing?

Vier Säulen des Marketing:

- Produktpolitik
- Preispolitik
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik

Leitgedanke des Marketing: Der Besucher ist König

Was ist Marketing?

Marketinginstrumente:

- Direktmarketing
- Events
- PR/Öffentlichkeitsarbeit
- Promotion
- Social Media
- Sponsoring/Kooperation
- Guerilla-Marketing

Art after Work



Nach der Arbeit gleich ins Museum, um eine Ausstellung mit Führung zu erleben und danach bei einem Drink den Abend ausklingen zu lassen – das bieten die Schirn Kunsthalle Frankfurt, das Städel Museum und das Liebieghaus jeweils an einem Donnerstag im Monat an. Art after Work ist eine gute Gelegenheit, sich nach Büroschluss mit Kollegen, Geschäftspartnern oder Gleichgesinnten zu treffen. Auch Einzelanmeldungen sind willkommen. Während der einstündigen Führung lernen die Besucherinnen und Besucher eine aktuelle Sonderausstellung kennen oder lassen sich die Exponate eines bestimmten Sammlungsbereichs erklären.

Danach trifft man sich in lockerer Atmosphäre entweder im Schirn Café, in der Holbein's Lounge des Städel Museums oder im Café des Liebieghauses. Beginn ist immer um 20 Uhr, wobei eine rechtzeitige Anmeldung unbedingt erforderlich ist. Die Teilnahme kostet 15 Euro pro Person und beinhaltet den Eintritt, die Führung und einen Getränk.



[http://www.frankfurt.de/sixcms/detail.php?id=6982&_ffmpar\[_id_inhalt\]=3302108](http://www.frankfurt.de/sixcms/detail.php?id=6982&_ffmpar[_id_inhalt]=3302108)

Was ist Marketing?

Marketinginstrumente:

- Direktmarketing ✓
- Events ✓
- PR/Öffentlichkeitsarbeit
- Sponsoring/Kooperation
- Promotion
- Social Media
- Guerilla-Marketing



DER WUNDERWALD



Kalender/Tickets

Empfehlungen

Kultur

Erleben Entdecken &
Genießen

Region & Orte

Netzwerk

- Projektpartner
- Förderer

Presse

Kontakt

Sitemap

Anbieter und Suchende helfen sich gegenseitig

Eine ländliche Region erkennt ihre Stärken und arbeitet gemeinsam an der Entwicklung und Vermarktung

Im April 2009 haben sich im Rahmen der Studie "Identifizierung des kulturtouristischen Potentials der Verbandsgemeinde Altenkirchen" Akteur/innen aus der Kultur- und Tourismusbranche zusammen gefunden, um das Kulturtouristische Netzwerk Altenkirchen AKulTour.net zu gründen.

AkulTour ist inzwischen ein Geschäftsnetzwerk von und für Unternehmen, Anbietenden und Initiativen in den Bereichen Kultur, Kulturwirtschaft, Tourismus, Handel und Dienstleistung. Das in der Studie festgestellte kulturtouristische und kulturwirtschaftliche Potential kann im Zusammenwirken der Netzwerkpartner/innen wesentlich intensiver ausgeschöpft werden. Die Verknüpfung von kulturellen Angebote mit dem Tourismus macht die Region interessanter für Besucher/innen und noch lebenswerter für Einheimische.

<http://www.derwunderwald.de/netzwerk/>

Was ist Marketing?

Marketinginstrumente:

- Direktmarketing ✓
- Events ✓
- PR/Öffentlichkeitsarbeit ✓
- Sponsoring/Kooperation ✓
- Promotion
- Guerilla-Marketing
- Social Media



Was ist Marketing?

Marketinginstrumente:

- Direktmarketing ✓
- Events ✓
- PR/Öffentlichkeitsarbeit ✓
- Sponsoring/Kooperation ✓
- Promotion Guerilla-Marketing ✓
- Guerilla-Marketing ✓
- Social Media

facebook suche schauspielhaus Ben

Schauspielhaus Magdeburg ▶ Videos Gefällt mir

Theater · Magdeburg

Schauspielhaus Magdeburgs Videos

1:03 1:18 2:17

Das Fagott

1:55 1:55 1:55

Older than 45 ... 1:22 0:51 0:51

Gefällt mir Alle anzeigen

Info
 Willkommen auf unserer Fanseite. Hier gibt es Hintergründe, Bilder, Videos, ...
 Mehr

1.754
 gefällt das

80
 sprechen darüber

Videos

- Pinnwand
- Info
- Aktivitäten von Freunden
- Fotos
- Veranstaltungen

Facebook-Auftritt Schauspielhaus Magdeburg

Was ist Marketing?

Marketinginstrumente:

- Direktmarketing ✓
- Events ✓
- PR/Öffentlichkeitsarbeit ✓
- Sponsoring/Kooperation ✓
- Promotion Guerilla-Marketing ✓
- Guerilla-Marketing ✓
- Social Media ✓

Start ins Kulturmarketing

- Selbstreflexion, Fremd- und Selbstbild
- Fragenkatalog
 - Wer bin ich?
 - Was macht mich und mein Angebot interessant?
 - Was unterscheidet mich von den Mitbewerbern?
 - Was sind meine Ziele?
 - Wie sieht meine Zielgruppe aus?
 - Welche Erwartung hat die Zielgruppe an einen Kulturbesuch?
 - Wie und wo erreiche ich die Zielgruppe?

Ziele des Kulturmarketing

- Neue Besuchergruppen ansprechen
- Interesse und Begeisterung wecken
- Stammkunden halten bzw. gewinnen
- Imagebildung/-aufwertung
- „Kultur für alle“
- Eigenanteil erhöhen (wirtschaftlich und ideell)
- Abgrenzung zu anderen Einrichtungen
- Konkurrenzfähigkeit auf dem Freizeitmarkt
- Gesamterlebnis schaffen (Shop, Restaurant)

Umsetzung

