

# MuseoConsult

Beratung und Marketing für Kultureinrichtungen

Büro Stuttgart  
Schlosserstraße 17a  
70180 Stuttgart  
+49 711 59 600 619  
+49 171 632 6301  
Ursula.Dworak@museoconsult.de

Büro Leipzig  
Kippenbergstraße 8A  
04317 Leipzig  
+49 341 240 65 08  
Info@museoconsult.de

Januar 2015

## Portfolio und Referenzen

## Wo bitte geht´s zum Besucher?

Die sich dynamisch verändernden ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen erfordern von Kulturinstitutionen zunehmend wirtschaftliches Verhalten, das die Übernahme von Managementmethoden mit sich bringt.

Das Werben um den Besucher, Service an den Anspruchsgruppen des Museums und eine professionelle Informationspolitik sowohl gegenüber der Öffentlichkeit als auch organisationsintern werden zukünftig maßgeblich für den Erfolg eines Hauses verantwortlich sein. Marketing als spezifische Denkhaltung und Managementkonzepte müssen daher einen festen Platz im kulturellen Bereich einnehmen.

Marketingorientierung erfordert ein gezieltes und strategisches Vorgehen und kann durch die Entwicklung einer umfassenden Marketingkonzeption realisiert werden.

## Leistungen

Wir beraten Kulturinstitutionen sowie die öffentliche Verwaltung und erarbeiten individuelle Lösungen für betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen sowie zielgruppenorientierte Museumskonzepte.

Zusammen mit Expertenteams, das u. a. aus Kulturwissenschaftlern, Journalisten, Ausstellungsarchitekten, Szenografen, AV-Medienproduzenten und Steuerberatern besteht, können wir Ihnen Gesamtlösungen anbieten oder sind Ansprechpartner für Detailfragen.

## Integriertes Marketing

Marketingorientierung in Kulturinstitutionen erfordert gezieltes und strategisches Vorgehen, das durch die Entwicklung einer umfassenden Marketingkonzeption realisiert werden kann. Unter integriertem Marketing ist eine genaue Analyse und Auswertung des Ist-Zustandes, die Entwicklung einer Marketing-Strategie und einer Marketingkontrolle zu verstehen. Dabei werden alle Museumsbereiche in Bezug auf Wirtschaftlichkeit und Effizienz überprüft mit dem Ziel, den Erfolg der Kultureinrichtung durch den Einsatz der Marketinginstrumente nachhaltig zu verbessern. Gerade im Hinblick auf Sponsorengelder und Drittmittel ist eine klare Strategie unerlässlich.

## Tätigkeitsfelder

1. **Marktforschung**  
Qualitative und quantitative Marktanalysen (Potenzial, Wettbewerb und Zielgruppen), Benchmarking, Standort- und Bereichsanalysen, Imageanalyse, Beratung bei strategischen Marketingkonzepten, Entwicklung von zielgruppenspezifischen Lösungen, Besucher- und Mitarbeiterbefragungen.
2. **Organisationsberatung**  
Evaluierung von Aufbau- und Ablauforganisation, Entwicklung von Optimierungsvorschlägen, Restrukturierung, Begleitung von Change-Management-Prozessen, Team- und Abteilungsentwicklung, Personalentwicklung
3. **Wirtschaftlichkeitsanalysen**  
Analyse des Ist-Zustandes, Entwicklung von Kostensenkungs- und Erlöspotenzialen, Investitionsrechnung, Kostenmanagement, Budgetplanung

4. Konzept- und Machbarkeitsstudien  
Inhaltliche und wirtschaftliche Machbarkeitsstudien, Projektentwicklung für Bau- und Betriebsphasen, Förderkonzepte, Evaluierung von Daten und Maßnahmen
5. Betriebskonzepte  
Konzepte von zukunftsfähigen Betriebskonzepten auf Basis vorhandener Abläufe und erstellten Analysen, Überarbeitung und Optimierung von bestehenden Betriebskonzepten.
6. Ausstellungskonzepte\*  
Inhaltliche und didaktische Konzepte, Ausstellungsarchitektur und Ausstellungsdesign, wissenschaftliche Beratung und Texterstellung, pädagogische Begleitmaßnahmen  
\* in Zusammenarbeit mit Gestaltungsbüros
7. Drittmittel und Fördergelder  
Recherche und Prüfung von Fördermöglichkeiten innerhalb der EU, Vorgespräche und Evaluation, Vorbereitung von Anträgen, Antragsstellung, Überwachung der gestellten Budgets

## Kommunikation

Das vielleicht wichtigste Marketinginstrument für Kultureinrichtungen ist die Kommunikationspolitik!

Im Vordergrund der kommunikationspolitischen Maßnahmen nach außen steht dabei die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Form von auf Seriosität aufbauender Information über die kulturellen und wissenschaftlichen Leistungen des Museums. Kommunikationsmaßnahmen nach innen zielen im Wesentlichen darauf ab, den Mitarbeitern ein besucherorientiertes Verhalten zu vermitteln sowie darauf, die Attraktivität der Institution für die Mitarbeiter zu erhöhen.

Die Implementierung und Steuerung der Medien spielt die zentrale Rolle. Wir stellen die Kontakte zu den Medien her, organisieren und veröffentlichen Ihre PR-Aktionen und entwickeln ein langfristiges Medienkonzept.

## Tätigkeitsfelder

1. Pressearbeit  
Pressemeldungen und Pressemitteilungen, Redaktion, Recherche, Presseverteiler, Pressekonferenzen und -gespräche, Roundtable
2. Öffentlichkeitsarbeit  
Beziehungsaufbau zu verschiedenen Anspruchsgruppen, interne und externe Kommunikation, Interessenvertretung
3. Mediaplanung  
Markt- und zielgruppengerechte Medienauswahl, Kampagnenmanagement, Bewertung, Zeitplanung, Erfolgskontrolle und Justierung
4. Werbekonzepte  
Corporate Design, Broschüren, Plakate

## Service

Service für Besucher und Anspruchsgruppen des Museums ist unerlässlich und ein Erfolgskriterium!

Ein Besuch im Museum wird von Besuchern ganz individuell bewertet, ein zuvorkommender Service durchweg als positives Kriterium weiterkommuniziert. Wir entwickeln für Museen Ideen und Kooperationsmodelle und knüpfen notwendige Kontakte, sind Ansprechpartner für Sponsoring und Fundraising sowie für die Ausarbeitung von neuen Konzepten monetärer Strategien.

## Tätigkeitsfelder

1. Fundraising  
Database-Marketing, Fundraising-Organisation und -Programme, Methodenentwicklung, Stiftungsstrategien
2. Sponsoring  
Sponsoring-Konzepte, Partnerakquise und -kontakte, Durchführung von Sponsoring-Maßnahmen, Überwachung und Erfolgskontrolle
3. Workshops und Seminare  
Mitarbeiterschulungen, Serviceorientierung und Qualitätsmanagement
4. Museumsshops  
Shop-Konzepte, Produktberatung, Vermittlung von Produktherstellern
5. Eventkonzepte  
Planungen von Veranstaltungen, interdisziplinäre Kooperationskonzepte, Vermarktung und Kommunikation

## Team

MuseoConsult  
Beratung und Marketing  
für Kultureinrichtungen  
Büro Stuttgart seit 2003  
Büro Leipzig seit 2009

Team  
Ursula Dworák  
Dipl. Kauffrau

Silvia Ancora  
Raumgestaltung und  
Vermittlung im Museum

Gretchen Stegmaier  
Grafik-Design  
Ausstellungsdesign

Wissenschaftliche Beratung  
Martina Brenner M.A.  
(in freier Mitarbeit)

Im Netzwerk von

ICOM – international council of museums  
Deutscher Museumsbund  
Österreichischer Museumsbund  
Museumsverband Baden-Württemberg  
Museumsverband Sachsen  
Fundraising Verband Deutschland

## Projekte - Auswahl

### **Albrauf**

Projektbeschreibung: Konzeption eines neuen Erscheinungsbildes für den Verkehrsverein Teck-Neuffen e.V., Entwicklung verschiedener Printmedien für den Einsatz auf Messen und in Tourismuseinrichtungen

### **Stadtmuseum Lahr**

Projektbeschreibung: Entwicklung eines Sponsorenkonzepts für ein neues Stadtmuseum; Konzeption von inhaltlichen Modulen

### **fünfhochzwei**

Sonderausstellung des ZKM Karlsruhe in der Landesvertretung Baden-Württemberg in Berlin  
Projektbeschreibung: Vermarktungskonzept für neue Zielgruppen innerhalb Berlins, Planung und Durchführung der Kommunikationsmaßnahmen

### **Dauerausstellung im Portikus des Bayerischen Bahnhofs in Leipzig**

Ausstellungskonzept  
Projektbeschreibung: Neukonzeption und Ausstattungs-gestaltung, Zielgruppendefinition, Vermittlung, Kostenermittlung

### **Richard-Wagner-Haus Leipzig**

Projektbeschreibung: Ausstellungskonzept für ein Komponistenhaus mit interaktivem Musikbereich für Kinder und Jugendliche Konzeption der Sonderausstellung anlässlich des 200. Geburtstags von Richard Wagner  
Richard-Wagner-Stiftung Leipzig

### **„Entlang der Blauen Mauer“**

Projektbeschreibung: Tourismuskonzept für vier Städte innerhalb des Biosphärengebiets Schwäbische Alb  
Positionierung; Messeauftritt und Kommunikationsmedien

### **Klostermuseum Abtei St. Hildegard**

Projektbeschreibung: Neupositionierung, inhaltliche und didaktische Konzeption, Ausstattungs-gestaltung, Zielgruppendefinition, Vermittlung



## Projekte - Auswahl

### **Masterplan 2020 Verkehrsmuseum Dresden**

Projektbeschreibung: Begleitung und Moderation für die Entwicklung eines Masterplans 2020; Neupositionierung, inhaltliche und didaktische Neukonzeption, Bildungsangebote und Zielgruppendefinition

### **Erlebniszentrum Salzbergwerk Heilbronn\***

Projektbeschreibung: Erlebniswelt im Salzbergwerk Heilbronn  
Entwicklung und Konzeption einer Erlebniswelt unter Tage, Besucher-Analysen, Standortentwicklungsmaßnahmen

\*in Zusammenarbeit mit Atelier Schober+Reinhardt

### **Porsche Museum**

Projektbeschreibung: Personalplanung Porsche Museum, Organisationsaufbau für ein Museum mit Veranstaltungs-, Konferenz- und Gastronomiebereichen, Entwicklung und Darstellung von internen und externen Prozessabläufen, Integration in die Unternehmensorganisation, Organigrammdarstellung mit Abteilungen und Einzelstellen, Personalstellendarstellung mit Qualifikation und Stellenbeschreibung.

### **Porsche Museum**

Projektbeschreibung: Benchmark-Studie für das Porsche Museum, Analyse, Auswertung und Bewertung von nationalen und internationalen Automobil- und Technikmuseen, Erstellung einer Abschluss-Studie als interne Vorstandsvorlage

### **Stuttgart 21 – Ausstellung im TurmForum Stuttgart\***

Projektbeschreibung: Konzeptionelle und inhaltliche Aktualisierung der Ausstellung zum Bauprojekt Stuttgart 21; Neukonzeption des Ausstellungsthemas „Baubeginn“

\*in Zusammenarbeit mit Atelier Schober+Reinhardt

### **Erleuchtung der Welt. Sachsen und der Beginn der modernen Wissenschaften**

Jubiläumsausstellung der Universität Leipzig 2009  
Projektbeschreibung: Beratung für das Kommunikations- und PR-Konzept; Erarbeitung von Vermittlungskonzepten für verschiedene Zielgruppen; Organisation der Begleitangebote zur Ausstellung.

## Projekte - Auswahl

### **Adelhausermuseum Freiburg Breisgau**

Projektbeschreibung: Prozessbegleitung Neukonzeption Naturkunde- und Völkerkundemuseum, Umfeld- und Zielgruppenanalyse, Supervision, Besucherbefragung, Entwicklung eines mehrstufigen Konzepts für eine Neupositionierung

### **Stadtmuseum München**

Projektbeschreibung: Untersuchung und Analyse der Besucherstruktur, Entwicklung eines Vermittlungskonzepts; Konzeption und Planung eines Symposiums zu Thema „Vermittlung von Stadtgeschichte“

### **Stadtgeschichtliches Museum Kirchheim u.T.**

Projektbeschreibung: Konzept und Neupositionierung des Museums, Maßnahmenplanung für Zielgruppenansprache, Konzeption für die Umgestaltung der Dauerausstellung in mehreren Stufen

### **Brüder-Grimm-Kulturzentrum Hanau**

Projektbeschreibung: Vorkonzept zur Erstellung einer Machbarkeitsstudie, Recherche und Analyse von relevanten Daten und Maßnahmen für eine Kultureinrichtung, Standortanalyse und Potenzialanalyse, Benchmarking, Wirtschaftlichkeitsberechnungen und Zielgruppenanalysen

### **Eiszeit – Kunst und Kultur**

Große Landesausstellung Baden-Württemberg 2009  
Projektbeschreibung: Kommunikations- und PR-Konzept als Gesamtmaßnahme, Gesamtorganisation aller Werbemedien; Kosten- und Budgetüberwachung

### **Geschichtshaus Owen/Teck**

Projektbeschreibung: Konzeption, Planung und Umsetzung der Dauerausstellung zur Stadtgeschichte, inhaltliche Erarbeitung, Marketingkonzeption, Gestaltung der Kommunikationsmedien

### **Urmensch-Museum Steinheim Murr**

Projektbeschreibung: Neukonzeption für das Urmensch-Museum, begleitende Maßnahmen und Neupositionierung in der Kulturlandschaft, Standortentwicklungsmaßnahmen