

MuseoConsult

Beratung und Marketing für Kultureinrichtungen

Büro Stuttgart
Schlosserstraße 17a
70180 Stuttgart
+49 711 59 600 619
+49 171 632 6301

Büro Leipzig
Paul-Heyse-Str. 5
04347 Leipzig
+49 341 240 65 08

info@museoconsult.de

Oktober 2021

Portfolio und Referenzen

Wo bitte geht´s zum Besucher?

Die sich dynamisch verändernden ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen erfordern von Kulturinstitutionen zunehmend wirtschaftliches Verhalten, das auch 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 sind maßgeblich für den Erfolg eines Hauses verantwortlich. 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

MuseoConsult berät seit 2003 Kulturinstitutionen sowie die öffentliche Verwaltung und erarbeitet individuelle Lösungen für betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen und entwickelt zielgruppenorientierte Museumskonzepte.

Zusammen mit Expertenteams aus Kultur, Tourismus, Journalismus, Ausstellungsarchitektur, Szenografie und Medienagenturen, können wir 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
Entwicklung von zukunftsfähigen Betriebskonzepten auf
Basis vorhandener Abläufe und erstellten Analysen,
Überarbeitung und Optimierung von bestehenden Strukturen.
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 eine 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 Konzepten neuer 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

Per Hohberg
Dipl. Ing. Freier Innenarchitekt
Konzept und Raum

Wissenschaftliche Beratung
Dr. Volker Rodekamp
Ehem. Präsident Deutscher Museumsbund
(externe Mitarbeit)

Im Netzwerk von

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

Projekte - Auswahl

Höhlenerlebniszentrum Engelskirchen

Machbarkeitsstudie

Projektbeschreibung: Machbarkeitsstudie für eine Höhlen-Erlebniswelt in NRW mit Potenzialermittlung, SWOT-Analyse; Zielgruppenanalyse und Positionierung; Betriebsmodelle, Personalstruktur und Refinanzierungsmöglichkeiten; Beratung der baulichen Alternativen; Prüfung von Drittmitteln und EU-Förderungen.

Sensoria Holzminden

Machbarkeitsstudie und Entwicklung eines inhaltlichen Konzepts für eine Erlebniswelt Düfte und Aromen

Projektbeschreibung: Entwicklung eines inhaltlichen Konzepts für eine Erlebniswelt unter Berücksichtigung der touristischen Infrastruktur; Untersuchung und Analyse von fünf verschiedenen Standorten; Machbarkeitsstudie für eine Erlebniswelt mit Potenzialermittlung, SWOT-Analyse; Zielgruppenanalyse und Positionierung; Betriebsmodelle, Personalstruktur und Refinanzierungsmöglichkeiten.

Festung Dömitz

Projektbeschreibung: Ist-Analyse der historischen Festungsanlage aus dem 16. Jhd., Bewertung und Nutzungsmöglichkeiten; Untersuchung und Bewertung des Besucher- und Tourismuspotenzials, der Infrastruktur und Mitbewerber; Konzeptentwicklung für eine touristische Nutzung; Erarbeitung von baulichen Maßnahmen für einen modernen Ausstellungsbetrieb und zur weiteren Attraktivierung des Gesamtgeländes; Machbarkeitsstudie mit Investitions- und Betriebskostenberechnungen; Recherche nach Drittmitteln und Förderfähigkeit; Entwicklung einer Personalstruktur und -organisation; Erarbeitung eines Vorentwurfs mit Raumplanung und Kostenschätzung.

in Zusammenarbeit mit Studio Kernland, Maastricht

Bildungs- und Dokumentationszentrum Prora

Projektbeschreibung: Bestandsaufnahme der vorhandenen Strukturen; SWOT-Analyse und Darstellung verschiedener Trägermodelle; Ermittlung des Personalbedarfs mit Stellenbeschreibungen und Budgetierung nach TV-L; Organisation und Abläufe; Erarbeitung eines Marketingkonzepts im nationalen und internationalen Bildungs- und Tourismuskontext; Recherche und Ermittlung von Fördermöglichkeiten aus dem Bildungs-, Tourismus- und Kulturbereich. Erstellung eines Kapitalbedarfsplans über einen 5-Jahreszeitraum mit Ausgaben und Einnahmen nach Kostengruppen.

Projekte - Auswahl

Archäologisches Landesmuseum MV

Projektbeschreibung: Untersuchung und Analyse von neun verschiedenen Standorten in Mecklenburg-Vorpommern hinsichtlich Besucher- und Tourismuspotenzial; Infrastruktur- und SWOT-Analysen; Bewertung der Mikrostandorte und Untersuchung der baulichen Möglichkeiten; Berechnungen zu Investitions- und Betriebskosten; Analyse der Standorte im Scoring-Verfahren.

in Zusammenarbeit mit Studio Kernland, Maastricht

Stadtmuseum Lahr

Projektbeschreibung: Erarbeitung eines inhaltlichen und gestalterischen Konzepts für die Dauerausstellung zur Stadtgeschichte; Kostenermittlung nach DIN 276; Planung und Projektkoordination der Umsetzung; Ausschreibungen und Bauüberwachung; Projektmanagement und Budgetverwaltung; Rechnungsprüfung; Ideenkonzept für Verkaufsartikel im Museumsshop.

in Zusammenarbeit mit Studio Kernland, Maastricht

Masterplan 2020 Verkehrsmuseum Dresden

Projektbeschreibung: Begleitung und Moderation für die Entwicklung eines Masterplans 2020; Neupositionierung, inhaltliche und didaktische Neukonzeption, Zielgruppenanalyse und Bildungsangebote, Personalentwicklungsplanung; Kostenberechnungen und Budgetplanung.

Erlebniszentrum Salzbergwerk Heilbronn*

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

*in Zusammenarbeit mit Atelier Schober+Reinhardt

fünfhochzwei

Sonderausstellung des ZKMs Karlsruhe in der Landesvertretung Baden-Württemberg in Berlin

Projektbeschreibung: Vermarktungskonzept für neue Zielgruppen innerhalb Berlins, Planung und Durchführung der Kommunikationsmaßnahmen

Projekte - Auswahl

Erleuchtung der Welt. Sachsen und der Beginn der modernen Wissenschaften

Jubiläumsausstellung der Universität Leipzig

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

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

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

Dauerausstellung im Portikus des Bayerischen Bahnhofs in Leipzig

Ausstellungskonzept

Projektbeschreibung: Neukonzeption und Ausstellungs-gestaltung, Zielgruppendefinition, Vermittlung, Kostenermittlung

Albtrauf

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

Projekte - Auswahl

Geschichtshaus Owen/Teck

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

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

Projekte - Auswahl

Richard-Wagner-Haus Leipzig

Projektbeschreibung: Ausstellungskonzept für ein Komponistenhaus mit interaktivem Musikbereich für Kinder und Jugendliche; Sonderausstellungskonzept anlässlich des 200. Geburtstags von Richard Wagner

Eiszeit – Kunst und Kultur

Große Landesausstellung Baden-Württemberg 2009

Projektbeschreibung: Kommunikations- und PR-Konzept als Gesamtmaßnahme, Gesamtorganisation aller Werbemedien; Kosten- und Budgetüberwachung

Urmensch-Museum Steinheim Murr

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