

Grundlagen des Kulturmarketing

Besucher finden und binden

Der durchschlagende Erfolg der seit Mitte der 70er Jahre mit viel Elan begonnenen, sogenannten »Neuen Kulturpolitik« mit ihrem Ziel einer »Kultur für alle« hat – paradoxerweise – zur Etablierung eines ständig expandierenden Kulturmarktes geführt, auf dem sich öffentliche Kulturanbieterinnen längst der ständig zunehmenden Konkurrenz privat-kommerzieller und privatgemeinnütziger Kulturbetriebe gegenübersehen. Der Nachfrager, der »Kulturkunde« hat z. B. als Theater-, als Konzert-, als Ausstellungsbesucher längst die Wahl – und er wählt, zunehmend selbstbewusster und kritischer. Das Seminar befasst sich zunächst mit den Grundlagen des Kulturmarketings und hat dabei vor allem die möglichen Nutzerinnen im Blick: Warum kommen sie – und warum nicht? Und wie kann man ein langfristig orientiertes Kulturmarketing aufbauen?

Inhalte

- » Wer sind unsere Besucher?
- » Welchen Nutzen stiftet unser Kulturbetrieb?
- » Marketing in Non-Profit-Kulturbetrieben
- » Stakeholder-Analyse
- » Kulturmarketing und Lebensstil
- » Kulturmarketing als Managementprozess

R Prof. Dr. Armin Klein



Professor für Kulturmanagement und
Kulturwissenschaften, Kulturreferent
www.kulturmanagement-armin-klein.com

! Auf einen Blick

Di. 19. März

10 Uhr bis 17 Uhr

Ort: Mainz, Erbacher Hof

Kosten: 100 €

inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen

max. 24 Teilnehmende