

Bitte senden Sie Ihre Anmeldung mit beiliegender Karte bis zum 10. Oktober 2004 an den:

**Arbeitskreis Museumsmanagement
c/o Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg
Am Kiekeberg 1
21224 Rosengarten-Ehestorf**

Ihre Ansprechpartnerin ist Ruth Staudenmayer.
Tel.: 040/ 790 176 -12
Fax: 040/ 792 64 64
E-Mail: staudenmayer@kiekeberg-museum.de

Die Tagungsgebühr beträgt:

€ 150,- für beide Tage,
€ 75,- für Studierende*.

(Preise inkl. Tagungsband und Verpflegung)
* Gegen Vorlage einer aktuellen Studienbescheinigung.

Bitte überweisen Sie die Tagungsgebühr unter Angabe des Verwendungszwecks „MusmanTagung“ bis zum 10. Oktober 2004 auf das Konto:

**Förderverein des
Freilichtmuseums am Kiekeberg e.V.**

Sparkasse Harburg-Buxtehude
BLZ 207 500 00
Kto. 701 38 65

Für die Hotelreservierung empfehlen wir:

Lüneburger HeideLand Touristik GmbH
Rathausplatz 4
21244 Buchholz
+49 (04181) 96 96 96
+49 (04181) 96 96 97
info@lueneburger-heideland.de

Das Buch zur Tagung:



Matthias Dreyer und Rolf Wiese (Hrsg.):

Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden.

Band 47 der Schriften der Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg.
Ehestorf 2004. Ca. 300 Seiten. ISBN: 3-935096-12-7, € 15,-

Zielgruppen von Museen.

6. Tagung des Arbeitskreises
Museumsmanagement



Mo-Di, 1.-2. November 2004
im Freilichtmuseum am Kiekeberg,
21224 Rosengarten-Ehestorf

Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg

21224 Rosengarten-Ehestorf, Telefon 040/790 176 0, www.kiekeberg-museum.de
Ganzjährig geöffnet, montags geschlossen. Eintritt: Euro 6,- (ausgenommen Aktionstage)
Kinder bis 16 Jahre frei.
Anreise: HVV Buslinien 244 und 340 (ab S-Bahnhof Harburg oder Neuwiedenthal)
direkt an der A7 Ausfahrt Marmstorf



Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden.

Museen stehen in Austauschprozessen mit einer Vielzahl an Zielgruppen: Von Besuchern über Wissenschaftler, die öffentlichen und privaten Förderer bis zur internen Zielgruppe der Mitarbeiter. Allen diesen Gruppen ist gemein, dass sie unterschiedliche Bedürfnisse mit Museen verbinden und sich hinsichtlich ihrer Strukturen, Ausprägungen und Ansprüche stets weiterentwickeln und verändern.

Die Positionierung eines Museums und die effiziente Nutzung knapper Ressourcen setzen die Ausrichtung eines Hauses an seinen Zielgruppen voraus. Ohne Schwerpunktsetzung bei den angesprochenen Zielgruppen ist die Gefahr der Profillosigkeit und des „Durchwurstelns als Museum für Jedermann“ groß. Zielgruppenorientierung ist Grundlage für den Einsatz der Instrumente des Museumsmanagements, wie z. B. der Ausstellungsgestaltung oder der Öffentlichkeitsarbeit.

Die 6. Museumsmanagement-Tagung im Freilichtmuseum am Kiekeberg greift das zielgruppenorientierte Museumsmanagement als Voraussetzung für eine erfolgreiche Museumsarbeit auf. Erläutert wird der Grundansatz mit den Instrumenten für eine Ausrichtung an Zielgruppen. Ein Überblick zum zielgruppenorientierten Museumsmanagement in Großbritannien sowie Informationen zur Praxis im erwerbswirtschaftlichen Sektor ergänzen die Darstellung. Ein zweiter Schwerpunkt vertieft mit handlungsorientierten Beiträgen und Praxisbeispielen ausgewählte Einzelaspekte insbesondere für die Zielgruppe der Museumsbesucher. Kinder und Jugendliche als Museumspublikum, die Auswirkungen des demographischen Wandels auf die Tätigkeit von Museen oder Zielgruppenansprache mittels Direktmarketing werden thematisiert und bieten den Teilnehmern Einblicke, Anregungen und Lösungen für die eigene Museumsarbeit.

Die Tagung richtet sich als Fortbildungsveranstaltung an Führungskräfte in und von Museen. Sie wird veranstaltet vom Förderverein der Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg e.V. und vom Arbeitskreis Museumsmanagement. Zur Tagung erscheint ein Tagungsband, der vor Ort zum Preis von 15,- € erhältlich ist.

Programm.

Montag 1. November 2004

Zur Notwendigkeit und zum Grundansatz zielgruppenorientierten Museumsmanagements

9.30 - 10.15 Begrüßung / Ausgabe Tagungsmaterialien

10.15 - 11.30 Zielgruppen erkennen, Zielgruppen definieren:
Marktanalysen für Museen in Theorie und Praxis
Dr. Anja Dauschek, Lord Cultural Resources, Berlin

Die strategische Perspektive:
Zielgruppenorientiertes Museumsmanagement
Ruth Staudenmayer, Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg

11.30 - 12.15 „Blick über den Tellerrand“:
Zielgruppenanalyse und Kundentypologien im
erwerbswirtschaftlichen Bereich
Mechthild Bertram, Peter Schmidt Group GmbH, Hamburg

12.15 - 13.30 Mittagspause ☺

13.30 - 14.15 Konzepte zur Integration:
Britische Museen und ihre Besucher
Almut Grüner, Yorkshire Museums

14.15 - 15.00 Museums and social inclusion:
managing consultation with specific target
groups: a British case study
Dr. Sheila Watson, University of Leicester

15.00 - 15.15 Kaffeepause

15.15 - 16.30 Von der Kunst der Aneignung zur Aneignung
der Kunst. Junge Leute im Museum
Guido Faßbender, Berlinische Galerie
Mona Annette Schieren, Hochschule für Künste Bremen

Demographischer Wandel und
die Folgen für Museen
Prof. Dr. Rolf Wiese, Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg
Dr. Matthias Dreyer, Stiftung Niedersachsen

ab 19.00 Abendveranstaltung ☺

Programm.

Dienstag 2. November 2004

Ausgewählte Einzelaspekte zielgruppenorientierten Museumsmanagements

9.30 - 10.45 Der Besucher - das begehrte Wesen.
Möglichkeiten und Strategien einer zielgruppen-
orientierten wie zielgruppenspezifischen
Ansprache im Museumsbereich
Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, Jüdisches Museum Berlin

10.45 - 11.00 Kaffeepause

11.00 - 12.15 Preispolitik und Zielgruppenorientierung
von Museen
Dr. Oliver Rump, Museum für Kommunikation Hamburg

„Permission Marketing“: Zielgruppenansprache
von Museen mit neuen Medien
Karsten Grube, m.c.s. GmbH, Hannover

12.15 - 13.30 Mittagspause ☺

13.30 - 14.45 „Museumsbesucher der Zukunft in
der Gegenwart.“ Die Zielgruppe der Kinder
von drei bis acht Jahren am Beispiel der
Dauerausstellung im Deutschen Museum:
Das Kinderreich
Melanie Koehler, Kinderreich Deutsches Museum München
„Kinder sind unsere Gegenwart!“
Das K!ck Kindermuseum
Margot Reinig, K!ck Kindermuseum Hamburg

14.45 - 15.00 Kaffeepause

15.00 - 16.15 „Die Vielseitigen“:
Familien als Zielgruppen von Museen
Dr. Wiebke Ahrnd, **Dieter Pleyn**, Überseemuseum Bremen
„Touristen als museales Kernsegment“
Inken Bößert, Staatliche Kunstsammlungen Dresden

16.15 - 16.30 Abschlussdiskussion

16.00 Schluss der Tagung