

**18. Oberösterreichischer Museumstag**  
**Mehr als Werbung!**  
**Marketing für Museen**  
**Samstag, 19. Oktober 2019**  
**Österreichisches Papiermachermuseum**  
**Laakirchen-Steyrermühl**

## **Informationsblatt zu den Dialogen**

Im Rahmen des Oberösterreichischen Museumstages werden am Nachmittag insgesamt **vier Dialoge** angeboten. Sie können **zwei dieser Dialoge nach freier Wahl besuchen**. Alle Dialoge werden **jeweils zwei Mal** angeboten: von **14:00 bis 15:15 Uhr** und von **15:30 bis 16:45 Uhr**. Daraus ergibt sich folgender **Zeitplan**:

### **14:00–15:15 Uhr Dialoge – Runde 1:**

**Dialog 1:** Elke Weilharter MAS, MAS, akad. MAFO, SKYunlimited, Wien: **Kunst und Kultur gut geplant kommunizieren**

**Dialog 2:** Helga Steinacher, selbstständige Kulturvermittlerin, Amstetten: **Die Kulturvermittlung: eine Schatzsuche für Pressearbeit und Besucherservice**

**Dialog 3:** Markus Pühringer, Atelier & Friends, Grafenau/Passau: **Wie mache ich Museen faszinierend?**

**Dialog 4:** Mag.<sup>a</sup> Carmen Löw, geprüfte PR-Beraterin und Kulturvermittlerin, Wien: **Museen in den Social Media – Mit kostenlosen Tools die Bekanntheit steigern**

### **15:15–15:30 Uhr: Pause**

### **15:30–16:45 Uhr Dialoge – Runde 2:**

**Dialog 1:** Elke Weilharter MAS, MAS, akad. MAFO, SKYunlimited, Wien: **Kunst und Kultur gut geplant kommunizieren**

**Dialog 2:** Helga Steinacher, selbstständige Kulturvermittlerin, Amstetten: **Die Kulturvermittlung: eine Schatzsuche für Pressearbeit und Besucherservice**

**Dialog 3:** Markus Pühringer, Atelier & Friends, Grafenau/Passau: **Wie mache ich Museen faszinierend?**

**Dialog 4:** Mag.<sup>a</sup> Carmen Löw, geprüfte PR-Beraterin und Kulturvermittlerin, Wien: **Museen in den Social Media – Mit kostenlosen Tools die Bekanntheit steigern**

Die Räume, in denen die Dialoge abgehalten werden, werden entsprechend ausgeschildert. Zudem scheinen in der Tagungsmappe, die Sie am Beginn des Museumstages im Tagungsbüro erhalten, die Räumlichkeiten auf, in denen die Dialoge stattfinden. Den Tagungsunterlagen liegt auch eine Liste bei, der Sie die Namen der angemeldeten Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die einzelnen Dialoggruppen entnehmen können. Um Ihnen die Wahl der Dialoge zu erleichtern, finden Sie auf diesem Informationsblatt **zu jedem Dialog** eine **kurze inhaltliche Beschreibung**. In jeder Dialoggruppe wird neben dem fachlichen Input der Referentinnen und Referenten, z. T. auch als Vertiefung der Referate vom Vormittag, Zeit für Diskussionen und zum Stellen von Fragen bleiben.

### **Anmeldung:**

Wir ersuchen Sie um eine **verbindliche Anmeldung** zum Oberösterreichischen Museumstag einschließlich der Anmeldung zu den **zwei von Ihnen gewünschten Dialogen** mit beiliegender Anmeldekarte per E-Mail oder Post **bis Montag, 14. Oktober 2019** beim Verbund Oberösterreichischer Museen. Eine Anmeldung ist auch telefonisch möglich.

### **Dialog 1:**

Elke Weilharter MAS, MAS, akad. MAFO, SKYunlimited, Wien:

#### **Kunst und Kultur gut geplant kommunizieren**

Bilder wollen gesehen werden, Exponate betrachtet, Tondokumente gehört, Ausstellungen wollen wahrgenommen und diskutiert werden. Jedes einzelne künstlerische Projekt, jedes einzelne Museum ist besonders und braucht daher eine individuelle Form der Kommunikation, um diese Einzigartigkeit hervorzuheben. Die wichtigsten Ingredienzien für einen prickelnden Kommunikations-Cocktail sind Kreativität, Hausverstand, ein kluger Plan, dessen Umsetzung und Evaluierung.

Der kluge Plan beinhaltet neben Zielsetzungen, die Definition von Menschengruppen, die angesprochen werden sollen, eine Strategie, ein Paket an Aktivitäten – online wie offline – und einen maßgeschneiderten Projektablauf, der die Faktoren Zeit, Budget und Ressourcen berücksichtigt.

Werfen wir gemeinsam einen Blick auf unterschiedliche Projekte, gelungene und weniger gelungene. Bringen Sie gerne eigene Projekte mit, für die wir einen einfachen Plan erarbeiten wollen.

### **Dialog 2:**

Helga Steinacher, selbstständige Kulturvermittlerin, Amstetten:

#### **Die Kulturvermittlung: eine Schatzsuche für Pressearbeit und Besucherservice**

Museen sind Orte der Bildung. Das ist unumstritten. Allerdings geht die Kulturvermittlung und somit die Kommunikation zum Museumspublikum weit über die Vermittlung von Sammlungsbeständen hinaus. Das Publikum selbst steht immer stärker im Mittelpunkt konzeptioneller Vermittlungsarbeit. Die Kulturvermittlung beschäftigt sich intensiv mit den Bedürfnissen und Erwartungen potentieller Ziel- oder Dialoggruppen und entwickelt auf Basis dieser Erkenntnisse und im intensiven Austausch mit den Expertinnen und Experten der Sammlungsbestände ihre Programme und Angebote. Diese Erkenntnisse und letztendlich die vielen unmittelbaren Erfahrungen mit Besuchergruppen sind wahre Schatztruhen. Sie enthalten zahlreiche Informationen, die sowohl für das Besucherservice relevant sind wie auch für die Außenkommunikation eines Museums. Ziel sollte sein, dies als langfristige Strategie in den Museumsalltag zu integrieren und weniger, um ein zeitbefristetes Event zu promoten.

### **Dialog 3:**

Markus Pühringer, Atelier & Friends, Grafenau/Passau:

#### **Wie mache ich Museen faszinierend?**

Wir untersuchen gemeinsam, was wir aus den Praxisbeispielen für unsere Museen und deren Vermarktung lernen können und welche Schritte dafür erforderlich sind. Dazu werden die im Vortrag behandelten Marketingparameter vertieft und konkretisiert. Des Weiteren wird nach Lösungswegen gesucht, das Museum durch ein Sich-Öffnen für ein breiteres Publikum interessant zu machen.

Gemeinsam werden Fragen diskutiert, wie z. B.: Was macht mein Museum bemerkenswert? Welche Marketinginstrumente sind für mich sinnvoll? Welche Partner können mir bei der Umsetzung helfen?

### **Dialog 4:**

Mag.<sup>a</sup> Carmen Löw, geprüfte PR-Beraterin und Kulturvermittlerin, Wien:

#### **Museen in den Social Media - Mit kostenlosen Tools die Bekanntheit steigern**

Das Internet bietet speziell für kleine Museen die Möglichkeit, ohne Zusatzkosten die eigene Bekanntheit zu steigern. Mit der Einrichtung eines Facebook- oder Twitter-Accounts alleine ist es aber nicht getan. Man muss auch wissen, wie man diese Tools nutzt, um im umtriebigen Netz gesehen zu werden.

Im Dialog werden wesentliche Hintergrundinformationen zum Verhalten der Internet-Nutzerinnen und -Nutzer vermittelt. Außerdem wird erklärt, welche Regeln man in den wichtigsten sozialen Netzwerken befolgen sollte. Darüber hinaus haben Sie die Möglichkeit, Ihre eigenen Erfahrungen zu schildern und gemeinsam Lösungen für die Herausforderungen bei der Darstellung Ihrer Museen im Netz zu entwickeln.