

Das Museum als touristische Destination. Konzepte für ein integratives Tourismusmanagement

11.-12. September 2009
Salzburg Museum (A)

Den grundlegenden Fragen des Tourismusmanagements und möglichen Synergien mit Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Museumspädagogik widmet sich unser Workshop, dessen Schwerpunkte vor Ort und abgestimmt auf die Problem- und Fragestellungen der Teilnehmenden fixiert werden: Wieso beginnt Tourismusmarketing vor Ort? Wie formuliere ich die touristischen Alleinstellungsmerkmale für mein Museum? Wer sind meine Zielgruppen und wie finde ich lokale und internationale PartnerInnen? Was soll schließlich ein Budget für das Tourismusmarketing enthalten und welche Maßnahmen verursachen wenig bis keine Kosten?

Diese Veranstaltung richtet sich dabei speziell an LeiterInnen und MitarbeiterInnen kleiner und mittlerer Museen, die praxisnahe Konzepte kennenlernen möchten, um ihre Häuser als touristische Destinationen zu stärken.

mit

Mag. Susanne Böck, MSc Böck Consult OG, Wien (A)

Langjährige Tätigkeit in den Bereichen Marketing & Kommunikation, Media Relations Management
Tourismusmarketing und -sales, Tourismusmanagement, u. a. für Wien Tourismus, die Albertina, das
Belvedere oder das Kunsthistorische Museum Wien

Moderation: Dr. Bettina Habsburg-Lothringen

PROGRAMM

Freitag, 11. September

- 13:00– 13.30 Begrüßung und Einführung
- 13:30– 15.00 **Einführung**
Struktur des Tourismus in Österreich / Touristische Grundbegriffe / Grundlagen zur Kommunikation im Tourismus
- Wieso beginnt Tourismusmarketing vor Ort? Wie arbeiten Österreich Werbung, Landestourismusorganisationen und Touristiker zusammen? Was ist ein Incomer, was ein Paketer? Wie kommt mein Museumsangebot in den Katalog eines Reiseveranstalters? Woraus ergeben sich die langfristigen Kommunikationsfristen im Tourismus? Wie lerne ich die Bedürfnisse der MuseumsbesucherInnen aus dem Ausland kennen?*
- 15.00– 15.30 Pause
- 15.30– 17.00 **Tourismus und Museen**
Beispiele erfolgreicher Tourismusarbeit im Museum
- Wie formuliere ich die touristischen Alleinstellungsmerkmale für ein Museum? Wer sind die Zielgruppen und wie finde ich lokale und internationale PartnerInnen? Wie kann ein touristischer Businessplan aussehen? Welche Maßnahmen verursachen wenig bis keine Kosten? Wie unterstützen Kunstvermittlung, Führungen und Pressearbeit den Tourismus?*
- 17.00– 18.00 **Vorbereitung Projekttag Tourismus**
Die TeilnehmerInnen stellen ihr Museum und ihre Werbematerialien vor. Gemeinsam werden einige Museen ausgewählt, für die beispielhaft in Kleingruppen ein Konzept erarbeitet wird
- 19:30 Möglichkeit zum gemeinsamen Abendessen

Samstag, 12. September

- 9.30– 11.00 **Projekttag Tourismus**
Kleingruppen-Workshops zur Erarbeitung der Tourismuskonzepte für die ausgewählten Museen
- 11.00– 11.30 Pause
- 11.30 - 12.00 Klärung von offenen Fragen zur weiteren Arbeit an den Konzepten
- 12.00 – 13.00 Fortführung der Workshops zur Präzisierung der Konzepte
- 13.00– 14.00 Mittagspause
- 14.00– 15.30 Präsentation der erstellten Tourismuskonzepte
Diskussion der Ergebnisse
- 15.30– 16.00 Abschlussrunde