

Museumsakademie

Universalmuseum Joanneum

Ob, wie und wozu? Museumsshops zwischen Kultur und Konsum

Workshop in Kooperation mit der Leopold Museum

31. Januar und 01. Februar 2013
Leopold Museum, Wien (A)

Ein abschließendes, unbeschwertes Flanieren durch den Shop gehört für viele Besucher/innen wie selbstverständlich zur Zeremonie eines Museumsbesuchs. Für Museumsleute scheint das Thema Shop dagegen schwierig zu sein: Zum einen ist der Shop als selbstverständliche Serviceeinrichtung akzeptiert und als möglicherweise letzter Eindruck eines Hauses in seiner Bedeutung erkannt. Zum anderen wird täglich erfahren, wie sehr sein profitabler Betrieb, vor allem in Häusern mit geringerer Besucher/innen-Frequenz, eine Herausforderung darstellt. Der Shop als gedachtes Profitcenter wirkt dabei oft auf die Auswahl der angebotenen Produkte zurück, die dann z. B. die Sammlungen eines Museums in souvenirtauglichen Fakes offerieren oder mit der dahinter stehenden Institution in überhaupt keinem erkennbaren Zusammenhang mehr stehen. Wir möchten uns praxisnah damit befassen, welche Aufgaben ein Museumsshop heute erfüllen kann/soll und wie er geführt und gestaltet sein könnte, um 1) wirtschaftlich rentabel zu sein und 2) als Serviceeinrichtung zu fungieren, die die Besucher/innen-Zufriedenheit fördert und dabei der Größe, den Inhalten und dem Stil eines Hauses entspricht.

mit

Renate Buber Ass. Professorin an der Abteilung Nonprofit-Management, Wirtschaftsuniversität Wien (A)

Ulrike Burger Marketing und Shop Management, Wien Museum (A)

Katrin Fuchs Leitung Museumsshop, Albertina, Wien (A)

Florian Moritz Leitung Marketing und Kommunikation, MUMOK, Wien (A)

Sabine Mosgöller Leitung Shop, Kunsthalle Krems (A)

Klaus Pichler-Szimak Leitung Shops, Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsgesellschaft m.b.H., Wien (A)

Isabella Stoifl Koordination Shop, Leopoldmuseum, Wien (A)

Michael Wright Head of Retail, Glasgow Museums (UK)

Moderation

Christian Walzl Museumsberater, Klagenfurt (A)

Museumsakademie

Universalmuseum Joanneum

Programm

Donnerstag, 31. Januar 2013

13.00-13.30 Begrüßung und Einführung

Museumsshops zwischen Konsum, Bildung und strategischer Marktorientierung

13.30 - 14.45 *Museum-Shop-Marketing zwischen Mission und Markt*
Renate Buber

Who Are Our Customers?
Looking in from the outside - A Case Study from Glasgow Museums
Michael Wright

mit anschließender Diskussion

14.45 - 15.15 Kaffeepause

Aktuelle Herausforderungen und praktische Überlegungen

15.15 - 16.30 *Der Museumsshop - ein Betrieb im Betrieb*
Sabine Mosgöller

Das Shop/Kassa Team als Imagerträger des Museums
Isabella Stoifl

mit anschließender Diskussion

16.30 - 16.45 Kaffeepause

„Vom Museumsladen zum Kultursupermarkt“

16.45 - 17.45 **Florian Moritz & Klaus Pichler-Szimak & Christian Waltl**
Diskussion

Museumsakademie

Universalmuseum Joanneum

Freitag, 1. Februar 2013

09.30 – 10.00	Einführung: Besuch ausgewählter Museumsshops Michael Wright & Renate Buber
10.00 – 13.00	Analyse ausgewählter Museumsshops (in Kleingruppen) Leopold Museum (mit Isabella Stoifl) MUMOK Wien (mit Florian Moritz) Wien Museum (mit Ulrike Burger) Albertina (mit Katrin Fuchs) Hofburg, Silberkammer (mit Klaus Pichler-Szimak)
13.00 – 14.00	Mittagspause
14.00 – 15.30	Erfahrungsaustausch und Besprechung der Besuche
15.30	Abschlussdiskussion