

2. – 3. September 2019

Standards für Museen

STRATEGIEN DER PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Dozent_in: Mairi Kroll, Jörn Brunotte

Montag, 2.9.

- 10.00 Seminarbeginn
Begrüßung, Vorstellungsrunde, Einführung in das Thema
- 10.45 Museenskommunikation als Erfolgsstrategie am Beispiel:
Die Kestnergesellschaft Hannover
- Das Museum als Marke
 - Management- und Kommunikationsstrukturen
- 12.30 Mittagessen
- 13.30 Museenskommunikation als Erfolgsstrategie am Beispiel
Die Kestnergesellschaft Hannover:
- Zielgruppen – Definition und Ausrichtung der Angebote
- 15.00 Gesprächsrunde mit Vorschlägen zu:
- Konzeptentwicklung und Marketingplan
 - Steuerungsmechanismen und Erfolgskontrolle
- 18.30 Abendessen (Haus 3)
- 19.30 Kollegiale Beratung: Probleme aus der Praxis im
Expertengespräch

Dienstag, 3.9.

- 8.00 Frühstück (Haus 3)
- 9.00 Medienkommunikation als Erfolgsstrategie:
Grundlagen der Presse – und Öffentlichkeitsarbeit
- Instrumente und Einsatz
 - Kontakte
 - Voraussetzungen: Strategien, Handwerkszeug
 - Presstexte: Analyse

9.45	Workshop: Strukturieren, Organisieren, Realisieren*
	<ul style="list-style-type: none">▪ Texte schreiben▪ Pressegespräch▪ Pressekonferenz
12.30	Mittagessen
13.30	Fortsetzung des Workshops und Auswertung der Ergebnisse
15.00	Nachgefragt: Tipps und nützliche Hintergrundinformationen
15.30	Abschlussrunde
ca. 16.00	Ende des Seminars

* Bitte denken Sie daran, Presstexte (auch im Entwurfsformat), Ankündigungen, Flyer, Marketingbeispiele und sonstige in diesem Zusammenhang sinnvoll erscheinende Unterlagen zu diesem Seminar mitzubringen. Sie werden nach Möglichkeit die Gelegenheit haben, an diesen Beispielen in Einzelarbeit sowie in Gruppen zu arbeiten.

Mairi Kroll ist Geschäftsführerin der Kestnergesellschaft Hannover:
www.kestnergesellschaft.de

Jörn Brunotte, Museumsberater, Kunsthistoriker, Gründer und Geschäftsführer
Der Agentur für Museumsberatung Berlin: www.beramus.de