



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# Mission, Vision und Publikumsambitionen für sinnvolle und fesselnde Erlebnisse

**Dr. Noel Buttigieg**

**Institut für Tourismus, Reisen und  
Kultur, Universität Malta**



# ZWECK UND ZIELE

In dieser Präsentation werden wir Folgendes untersuchen

- Methoden, die zeigen, wie das Publikum eine Schlüsselrolle in der Mission, Vision und Strategie einer Organisation spielt.
- Informationen, die uns helfen zu verstehen, wie wir die organisatorischen Grenzen einschätzen können, indem wir die Situationen und das Publikumspotenzial bewerten und die Hindernisse und Bedürfnisse des Publikums verstehen.
- die wichtigsten Merkmale, die eine effektive Planung der Publikumsentwicklung beeinflussen.



# LERNRESULTATE

Am Ende dieser Präsentation werden Sie in der Lage sein:

- LOut1 Bewertung der Rolle kultureller Einrichtungen im Kontext
- LOut2 Kategorisierung von Publikumstrends und Anwendung effektiver Strategien zur Publikumsentwicklung
- LOut3 Die verschiedenen Komponenten eines Plans zur Publikumsentwicklung verstehen.
- LOut4 Identifizieren Sie die Eigenschaften, die einen effektiven Plan ausmachen.
- LOut5 Eine komplexe Idee/ein komplexes Projekt effektiv kommunizieren
- LOut6 Bewertung des eigenen intellektuellen und beruflichen Fortschritts



## Verfassen einer Strategie für die Publikumsentwicklung

Wie im vorangegangenen Unterkapitel hervorgehoben wurde, werden die Verwalter des kulturellen Erbes ermutigt, publikumsorientierte Erfahrungen zu machen, um sinnvollere Erlebnisse zu schaffen.

Im Rahmen der strategischen Planung bedeutet dies, dass:

1. Die Zielgruppe ist kein nachträglicher Gedanke, sondern vielmehr die treibende Kraft, die Ihr Projekt bestimmt - wer sind sie, was sind ihre Vorlieben, Bedürfnisse oder Wünsche?
2. Verknüpfen Sie Ihre Pläne mit den Interessen Ihrer Zielgruppe.
3. Achten Sie darauf, dass der Raum zugänglich und einladend ist - und damit zu unvergesslichen Erlebnissen beiträgt.
4. Stellen Sie sicher, dass die Provokation am besten funktioniert, wenn die Kulturerbestätte die gleiche Sprache wie ihr Publikum spricht.
5. Hören Sie Ihrem Publikum zu - verfolgen Sie das Erlebnis und verstehen Sie sowohl diejenigen, die sich auf Ihr Erlebnis eingelassen haben, als auch diejenigen, die sich nicht darauf eingelassen haben.



## Verfassen einer Strategie für die Publikumsentwicklung

Daher müssen Sie und Ihre Organisation sich auf einige der folgenden Punkte einigen, bevor Sie mit der strategischen Planung beginnen.

1. Kein einmaliges Ereignis - die Beziehungen zu Ihrem Publikum können nur durch anhaltendes Engagement aufrechterhalten werden.
2. Das ist nicht nur ein Marketing-Trick, sondern auch ein Anreiz für das aktuelle Publikum, die Website erneut zu besuchen und neue Besucher anzuziehen.
3. Es geht nicht darum, das aktuelle Publikum durch ein neues zu ersetzen. Aktuelle und neue Zielgruppen sind gleichermaßen wichtig.
4. Kein Versuch, die Besucherzahl zu erhöhen, nachdem Sie Ihr Projekt gestartet haben.



## Verfassen einer Strategie für die Publikumsentwicklung

Bevor Sie einen Plan für Ihr Unternehmen erstellen, sollten Sie sich bemühen, die folgenden grundlegenden Kriterien zu erfüllen:

- Jeder hat seinen Beitrag geleistet.
- Klare Verbindungen zu anderen Plänen und Strategien.
- Ausrichtung auf der Grundlage realer Erkenntnisse über aktuelle und potenzielle Zielgruppen.
- Überlegung, wie die Bedürfnisse verschiedener Publikumsgruppen/Segmente bedient werden können.
- Für jeden leicht verständlich und nachvollziehbar.
- Praktisch - nicht zu komplex in der Kommunikation oder zu ressourcenintensiv in der Umsetzung.
- Ehrgeizig - stellen Sie sich nicht auf einen Misserfolg ein - nicht so ehrgeizig, dass es unrealistisch ist, aber auch nicht so wenig ehrgeizig, dass es keine Wirkung zeigt.



## Verfassen einer Strategie für die Publikumsentwicklung

Ihr Zielgruppenentwicklungsplan muss im Wesentlichen die folgenden vier Bereiche abdecken:

1. eine Bewertung der Position Ihrer Organisation;
2. eine Beschreibung der Ziele des Audience-Development-Prozesses und warum sie für die Organisation wichtig sind;
3. eine Strategie, wie Sie diese Ziele erreichen wollen; und
4. eine Beschreibung, wie Sie Ihre Fortschritte bei der Erreichung dieser Ziele messen werden.



## Verfassen einer Strategie für die Publikumsentwicklung

Bevor Sie mit dem Schreiben Ihres Strategieplans beginnen, müssen Sie einen Planungsprozess durchlaufen:

1. Identifizieren Sie Ihren Zweck
2. Sammeln von Daten und Erkenntnissen
3. Identifizieren Sie Ihr Zielpublikum
4. Ziele setzen
5. Aktionen skizzieren
6. Überprüfen und Verfeinern



## Identifizierung des Zwecks der Organisation - Mission und Vision

Bevor Sie mit dem Schreiben Ihres Strategieplans beginnen, müssen Sie einen Planungsprozess durchlaufen:

1. Identifizieren Sie Ihren Zweck
2. Sammeln von Daten und Erkenntnissen
3. Identifizieren Sie Ihr Zielpublikum
4. Ziele setzen
5. Aktionen skizzieren
6. Überprüfen und Verfeinern



## Identifizierung des Zwecks der Organisation - Mission und Vision

Eine Strategie zur Publikumsentwicklung sollte:

1. den Zweck der Organisation widerspiegeln.
2. mit dem Strategieplan der Organisation verbunden oder Teil davon sein.
3. Identifizieren Sie den Unterschied, den die Organisation erreichen will.
4. klar zu definieren, wie die Strategie durch Forschung über die Zielgruppe vorangetrieben wird.
5. Unterstützung bei der Ermittlung des Finanzbedarfs und der finanziellen Unterstützung.

Diese allgemeinen Überlegungen sollten die Ziele Ihres Plans zur Publikumsentwicklung vollständig definieren.



## Identifizierung des Zwecks der Organisation - Mission und Vision

### i. Wo wir jetzt stehen:

- Eine Zusammenfassung Ihrer Organisation - Geschichte, Zweck, Werte, Ziele
- Hoffnungen für die Zukunft
- Detaillierte Informationen über Ihr derzeitiges Publikum:
- Wer sie sind, was sie tun, was sie wollen und was sie brauchen, sowie die Besucherzahlen und, falls zutreffend, die Entwicklung der Besucherzahlen in den letzten fünf bis zehn Jahren.

### ii. Auftrag und Vision

- Welcher sichtbare Unterschied wird sich durch diese Strategie für Ihren Veranstaltungsort/Ihre Organisation ergeben?



## Identifizieren des Zwecks der Organisation - Mission und Vision

**Bevor Sie mit der Ausarbeitung Ihres Plans für die Publikumsentwicklung fortfahren, könnte es von Vorteil sein, einen Schritt zurückzutreten und einen neuen Blick auf die Mission und Vision Ihrer Organisation zu werfen.**

- Werden die Mission und die Vision in der gesamten Organisation verstanden und geteilt?
- Denken Sie über die Mission und Vision Ihrer Organisation nach:
- Was ist Ihre Vision für Ihre Organisation?
- Was ist der Auftrag Ihrer Organisation?

**Ihre Mission sollte zum Ausdruck bringen, warum Sie existieren und was Sie bewirken wollen.**



## Auftrag und Vision

### Reflektierende Aktivität:

### **Sind Sie in der Lage, jede dieser Fragen zu beantworten?**

Machen Sie sich keine Gedanken über ausführliche Antworten, sondern notieren Sie zu jeder Frage ein paar Stichpunkte.

- Hat Ihre Organisation bereits eine Reihe von Werten definiert?
- Kannten Sie sie bereits?
- Spiegelt sich dies in der Arbeit Ihrer Organisation wider?
- Spiegeln sie die Arbeit wider, die Sie tun?
- Was würden Sie als Werteordnung Ihrer Organisation vorschlagen?
- Recherchieren Sie den Auftrag und die Werte anderer Museen in Ihrer Stadt oder Ihrem Sektor.



## Auftrag und Vision

### Reflektierende Aktivität:

**Glauben Sie nach der Selbstreflexion über den Auftrag und die Vision Ihrer Organisation, dass Sie das können?**

- Verwalten Sie die langfristigen Ziele Ihrer Organisation, indem Sie den Wert Ihres Auftrags berücksichtigen?
- Einigkeit über eine gemeinsame Vision und Identität schaffen?
- Machen Sie den internen und externen Stakeholdern klar, worum es in Ihrer Organisation geht (und worum nicht)?
- einen allgemeinen Sinn für Ziele, Strategien und Maßnahmen schaffen?



## Auftrag und Vision

### **Reflektierende Aktivität:**

### **Überlegen Sie auf der Grundlage Ihrer Antwort:**

- Was würden Sie als Glaubenssätze und Werte Ihrer Organisation vorschlagen?
- Recherchieren Sie den Auftrag und die Werte anderer Museen, um sich ein besseres Bild von den aktuellen Denkweisen zu machen, aber auch, um Lücken zu finden und Ihre Einzigartigkeit zu definieren.

# Auftrag und Vision

## Werkzeug: Service-Rad

Es ist wichtig, dass Sie in der Lage sind, diese Fragen zu beantworten, um zu klären, wo Sie und Ihre Organisation stehen. Dieses Instrument kann zunächst von den verschiedenen Personen in Ihrem Team angenommen und dann zusammengeführt werden, um die Antworten so abzustimmen, dass eine gemeinsame Identität entsteht.





# Auftrag und Vision

## Werkzeug: Checkliste

Füllen Sie diese Checkliste gemeinsam mit Ihrem Team aus, um einen effektiven AD-Plan zu erstellen.

- Vorstand, Mitarbeiter und Geldgeber sind sich über unsere Prioritäten bei der Publikumsentwicklung im Klaren.
- Der Wunsch, unser Publikum zu verstehen, mit ihm zu kommunizieren und sich mit ihm zu beschäftigen, ist das Herzstück unseres Geschäfts.
- Publikumsentwicklung ist ein kontinuierlicher, aktiv gesteuerter Prozess innerhalb unserer Organisation.
- Die Bedürfnisse, Einstellungen und Motivationen unserer Zielgruppe leiten die Entscheidungsfindung in der gesamten Organisation.
- Wir sind davon überzeugt, dass wir unsere eigenen künstlerischen, finanziellen und sozialen Ziele nur durch ein stärkeres Engagement des Publikums erreichen können.
- Wir haben eine Marketing- und Publikumsentwicklungsstrategie.
- Unser Marketingbudget und unsere Strategie sind direkt mit den Zielen des Geschäftsplans verknüpft.
- Wir überwachen und verfolgen die Wirksamkeit all unserer Marketingaktivitäten.
- Wir nutzen Forschung und Marktintelligenz, um Einblicke in unsere aktuellen und potenziellen Kunden zu gewinnen.
- Wir verfeinern unsere Marketingprozesse kontinuierlich auf der Grundlage ihrer Effizienz und Effektivität.
- Wir führen Schulungen und Fortbildungen zur Publikumsentwicklung durch.



## Mission & Vision

### **Ein gutes Leitbild ist:**

- Einzigartig und anders
- Inspiriert und motiviert
- Fokussiert
- Umfassend
- Überzeugend und glaubwürdig
- Kohäsiv und nicht im Widerspruch zur Vision der Organisation
- Adäquat zu den Bestrebungen und Werten der Organisation
- Nicht nur ein Marketing-Trick.

**Die Ausrichtung von Vision, Mission und Publikumsentwicklungsplan wird in der Fallstudie aus Australien im Video auf der nächsten Folie erläutert - sehen Sie sich nur die ersten 3 Minuten an, um eine Vorstellung davon zu bekommen, wie einige Museen eine solche Ausrichtung als zentralen Bestandteil ihrer Philosophie und Praxis verfolgen.**

Management Accounting

GROWTH  
MULTICULTURALISM





## Identifizierung des Zwecks der Organisation - Zielsetzung und Zielvorgaben

**Das Ziel ist ein Überblick darüber, was Sie mit der Strategie erreichen wollen.**

Beispiel:

Erstellung eines Plans für die Entwicklung des Publikums bei [Name Ihrer Organisation], der sowohl messbar als auch erreichbar ist und der [Angabe des Zeitraums] überprüft werden soll.



## Identifizierung des Zwecks der Organisation - Zielsetzung und Zielvorgaben

**Die Ziele definieren die spezifischen Ergebnisse, die Sie erreichen müssen, um das Ziel zu erfüllen.**

Beispiel:

- a) Identifizieren Sie bestehende Zielgruppen.
- b) Ermitteln Sie die Bedürfnisse und Erwartungen des bestehenden Publikums.
- c) Identifizieren Sie die Bedürfnisse und Erwartungen der Nicht-Nutzer.
- d) Identifizieren Sie die Zielgruppen.
- e) Erkennen Sie Hindernisse.
- f) Schlagen Sie vor, wie diese Hindernisse beseitigt werden können.
- g) Schlagen Sie Möglichkeiten vor, um die Anzahl der Besucher zu erhöhen.
- h) Schlagen Sie vor, wie die Qualität der Erfahrung verbessert werden kann.



## Identifizierung des Zwecks der Organisation - Zielsetzung und Zielvorgaben

**Die Ziele definieren die spezifischen Ergebnisse, die Sie erreichen müssen, um das Ziel zu erfüllen.**

Beispiel:

- a) Identifizieren Sie bestehende Zielgruppen.
- b) Ermitteln Sie die Bedürfnisse und Erwartungen des bestehenden Publikums.
- c) Identifizieren Sie die Bedürfnisse und Erwartungen der Nicht-Nutzer.
- d) Identifizieren Sie die Zielgruppen.
- e) Erkennen Sie Hindernisse.
- f) Schlagen Sie vor, wie diese Hindernisse beseitigt werden können.
- g) Schlagen Sie vor, wie Sie die Zahl der Besucher erhöhen können.
- h) Schlagen Sie vor, wie die Qualität der Erfahrung verbessert werden kann.

**Ein detaillierterer Ansatz für die Ziele wird in Untereinheit 2.2.3 behandelt.**



## Identifizierung des Zwecks der Organisation - Sammeln von Daten und Erkenntnissen

- Diese können von einfachen und kostenlosen Ressourcen, die jede Organisation nutzen kann, bis hin zu teureren Datenerfassungsquellen reichen, die auch digitale Plattformen umfassen können.
- Eine wissenschaftliche Datenerfassung ermöglicht die Entwicklung von Strategien, die nicht auf Wahrnehmungen oder unbegründeten Annahmen beruhen.
- Verschiedene Organisationen haben unterschiedliche Methoden, wie sie Informationen sammeln, um Erkenntnisse über ihre Zielgruppen zu gewinnen. Es muss ermittelt werden, welche Methoden im Rahmen der Zeit- und Budgetvorgaben möglich sind.
- Unabhängig davon, wie einfach sie sind, liefern Beweise genaue Informationen, die einen zielgruppenorientierten Plan vorantreiben sollten.

**Ein detaillierterer Ansatz für die Forschung wird in Unterabschnitt 2.3 erörtert.**



## Identifizierung des Zwecks der Organisation - Schlussfolgerung

1. An wen richtet sich dieses Dokument?
2. Woran sie erinnert werden müssen, was ihnen erklärt werden muss,
3. Welche Nachweise und Daten sie sehen müssen und welche Maßnahmen sie abzeichnen sollen.
4. Sie müssen wissen, wie dieser Plan nach seiner Fertigstellung verwendet werden soll, z. B. um zusätzliche Finanzmittel zu beschaffen, um künftige Ausstellungs- und Veranstaltungsprogramme zu planen, um die Entwicklung neuer Marketing- und Werbemaßnahmen zu leiten oder um eine Kombination dieser Möglichkeiten zu finden.
5. Vor allem aber muss dieses Dokument für Ihre Kollegen von praktischem Nutzen sein.
6. Die gesamte Organisation ist noch immer auf das Publikum ausgerichtet.

•Es ist wichtig zu beachten, dass es keine "Einheitslösung" *gibt*.

•Umfang und Detailgenauigkeit hängen von der Größe Ihres Unternehmens ab.

## Werkzeug: Ihr Entwicklungsplan sollte Folgendes enthalten:

SICH SELBST KENNEN, BEVOR MAN ANFÄNGT, ETWAS ÜBER ANDERE ZU LERNEN

<b>Das größere Bild:</b>	Warum tun wir das? Passt es zu unserem Organisationszweck und unseren Zielen? Was sind Ihre Überzeugungen?
<b>Wo wir jetzt stehen:</b>	Was wissen wir bereits über unsere Besucher? Wer wird vermisst? Wie können wir evaluieren, wie unser aktuelles Angebot die Zielgruppen anspricht? Was funktioniert gut und was nicht so gut?
<b>Wo wir hinwollen:</b>	Wie wird der Erfolg aussehen? Was sind unsere Ziele?
<b>Wen wir erreichen wollen:</b>	Wer ist das Zielpublikum? Was wollen sie? Was motiviert sie? Was hindert sie daran, uns zu besuchen?
<b>Wie können wir sie ansprechen?</b>	Was werden wir anbieten? Welche Methoden und welchen Kommunikationsstil sollen wir verwenden? Mit welchen Partnern sollten wir zusammenarbeiten?
<b>Aktionsplan, Zeitplan und Budget:</b>	Wer wird was und wann tun?
<b>Woran werden wir erkennen, dass es funktioniert hat?</b>	Welche Bewertungsmaßnahmen werden wir anwenden?