



Video Transcript SU 2.2.2 Noel Buttigieg University of Malta



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

Module:	Module 2: Design an innovative visitor experience
Sub-Unit:	2.2.2 Audience development: an introduction
Author:	Noel Buttigieg
Technical Reviewer:	Panagiota Polymeropoulou, Hellenic Open University
Scientific Reviewer:	Isabel Verdet
Keywords:	

This work is licensed under a Creative Commons [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0)



Template by:



DAISSY research group, Hellenic Open University (<http://daissy.eap.gr/en/>)

ie Mission ist das, was ich oft als Blue-Sky-Denken bezeichne. Es ist etwas, das Sie mit Ihrer Organisation erreichen wollen, etwas Großes, etwas Edles, etwas, das in gewisser Weise zu idealistisch erscheint. Es ist nichts falsch daran, eine ideale Situation zu definieren. Es ist nichts falsch daran, nach den Sternen zu streben. Und dann folgt das Leitbild, wir bekommen auch die Vision. Und die Vision gibt in erster Linie an, wie die Organisation diese Mission erreichen will. Die beiden dieser Dokumente unterstützen sich tatsächlich gegenseitig. Sie sind miteinander verbunden und definieren ziemlich genau, wer wir sind, was wir tun und wohin wir in Zukunft gehen möchten. Leider haben wir diese Erklärungen manchmal überall in unserer Organisation geschrieben, Sie würden sie als Erklärung in jeder E-Mail finden, die wir versenden, wir haben sie in schönen Buchstaben in verschiedenen Teilen unserer Organisation gedruckt ... die Realität ist, wozu Inwieweit unterstützt Ihre Organisation wirklich das Konzept einer Vision und der Mission?

Aber was für uns wirklich wichtig ist, ist, inwieweit unsere Vision und unsere Mission von einer publikumszentrierten Mentalität getrieben werden? So gibt es unter anderem eine Reihe von Elementen, die man berücksichtigen muss, bevor man tatsächlich einen Plan für den Besucher entwickelt. Und diese Übung erfordert unter anderem eine selbstreflexive Übung, bei der man sich fragt, wer man ist und woran man glaubt. Und davon ausgehend, was man erreichen möchte. Daher spielen die Vision und die Mission eine wichtige Rolle bei der Entwicklung eines effektiven Publikumsentwicklungsplans. Tatsächlich ernähren sie sich gegenseitig. Sie können keinen effektiven Publikumsentwicklungsplan haben, ohne eine Mission und eine Vision zu haben, die wirklich eine publikumszentrierte Philosophie unterstützen, wie zuvor erwähnt.

Der Plan, die Vision, die Mission sind so ziemlich wie eine Religion, auf die sich die Organisation einigen muss. Es schafft kollektiv ein gemeinsames Verständnis und kollektiv sollten alle Beteiligten innerhalb des Rahmens arbeiten, der durch unsere Vision und unsere Mission definiert ist. Ein sofortiges Wort der Vorsicht wäre also, dass Ihre Organisation keine Mission und Abteilung aufschreiben sollte, nur weil dies der Trend ist. In verschiedenen Organisationen sage ich Kulturmanagern immer, dass Ihre Vision nicht nur ein Marketingtrick sein sollte. Leider wird es oft verwendet, um auf sehr künstliche Weise zu fördern, worum es bei der Organisation geht, aber dann merkt man, dass sich unser Publikum nicht damit beschäftigt, wer wir sind und was wir tun, einfach weil unsere Mission und unsere Vision übereinstimmen Sache, und in Wirklichkeit erlebt das Publikum etwas ganz anderes.

Für einen effektiven Publikumsentwicklungsplan brauchen Sie daher auch eine Mission und eine Vision, die auch ehrgeizig ist, die nach großen Dingen strebt, natürlich ohne die Organisation zum Scheitern zu bringen, aber diese ehrgeizige Mentalität würde das Wachstum innerhalb der Organisation selbst unterstützen würde Wachstum bei seinen unmittelbaren Mitgliedern aufrechterhalten, es würde Wachstum bei seinen Besuchern ermöglichen und es würde auch Wachstum für die Organisation selbst ermöglichen,

nicht nur innerhalb ihres eigenen unmittelbaren Marktes, sondern sogar darüber hinaus.

Nicht zuletzt werden die Mission und die Vision daher auch Ihre Strategie vorantreiben, und jede einzelne Strategie muss durch einen sehr klaren Rahmen definiert werden. Oft beziehen wir uns auf diese als die Absichten und Ziele; noch einmal, ziemlich genau wie die Mission und die Vision, das Ziel ist das Ziel, das Sie erreichen möchten, die Ziele sind die Prozesse, die Sie anwenden werden, um dieses bestimmte Ziel tatsächlich zu erreichen, also jede Strategie, die Sie sich vorstellen können, einschließlich dieser einen wo Sie das Publikum im Mittelpunkt Ihrer Strategie haben möchten, wird durch eine Reihe von Zielen und eine Reihe von Zielen klar definiert. Diese Ziele müssen in jedem Fall messbar sein. Wir haben mehrere Institutionen, die leider viel Zeit, Geld und Energie in die Entwicklung von Strategien investieren, die leider nicht klar definiert und am schlimmsten nicht einmal gemessen werden. Daher ist es innerhalb unserer Organisation äußerst wichtig, dass wir eine Vision und eine Mission definieren, die unserem Publikum Vorrang einräumt. Dieselbe Vision und Mission wird auch unsere Ziele und Zielsetzungen definieren. Natürlich werden die beiden zusammen auch den Rahmen entwickeln, innerhalb dessen unsere Idee schließlich in eine effektive, positive Realität für unsere Besucher umgewandelt wird, die sich mit unserer Institution beschäftigen werden.

Es ist jetzt an der Zeit, langsam aber sicher die verschiedenen Aspekte eines effektiven Publikumsentwicklungsplans auszupacken. Natürlich gibt es eine Menge grundlegender Arbeit, diese Grundlagenarbeit, die abgeschlossen werden muss, damit ein Publikumsentwicklungsplan entwickelt werden kann. Zunächst einmal, wie wir bereits in einer früheren Präsentation festgestellt haben, ist ein Publikumsentwicklungsplan ein fortlaufender Prozess. Wir haben auch erklärt, dass es für uns äußerst wichtig ist, eine Strategie zu entwickeln, um zu verstehen, wie die gesamte Organisation einen Publikumsentwicklungsplan aufstellen kann. Eine effektive Strategie wird oft durch eine Mission und die Vision diktiert, wenn ich diese beiden Wörter, die in kulturellen Organisationen sehr häufig verwendet werden, sagen würde, muss ich sagen, dass ich aus Erfahrung zum Beispiel festgestellt habe, wie einige Mitglieder eines Museums während Workshops waren Ich fand es sehr schwierig, zumindest den wichtigsten philosophischen Hintergrund dessen aufzuschreiben, woran das Museum glaubt. Ich lade Sie alle ein, einen Ex zu haben, um diese besondere Erfahrung mit Ihren Teammitgliedern zu generieren, bei der es eine sehr einfache Übung ist, dass Sie sie einfach hinsetzen und Sie bitten sie, vielleicht zwei drei vier Wörter aus dem Leitbild Ihrer Organisation zu verwenden, und Sie stellen fest, dass einige von ihnen vielleicht nicht einmal wissen, worum es bei der Mission geht, die Ihre Organisation antreibt Daher muss ein angemessener Publikumsentwicklungsplan eine solide Grundlage in einer klar definierten Mission und Vision haben.

END OF SCRIPT



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

EU Heritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage