



Das Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen

transcript

 **Download**

 **Online Lesen**

Das Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen transcript

 [Download Das Museum als Marke: Branding als strategisches Manage
...pdf](#)

 [Read Online Das Museum als Marke: Branding als strategisches Mana
...pdf](#)

Das Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen

transcript

Das Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen transcript

Downloaden und kostenlos lesen Das Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen transcript

192 Seiten

Kurzbeschreibung

Zunehmend in den Sprachgebrauch gelangende Anglizismen wie $\frac{1}{4}$ Nonprofit Branding $\frac{1}{2}$ oder $\frac{1}{4}$ Charity Branding $\frac{1}{2}$ signalisieren: Der $\frac{1}{4}$ Marken-Hype $\frac{1}{2}$ hat inzwischen das Marketing von Kultureinrichtungen und Wohlfahrtsorganisationen erreicht. Längst sehen sich auch Museen gezwungen, mit besonderen Angeboten und Leistungen am Wettbewerb der Freizeit- und Bildungslandschaft mit ihren vielfältigen Alternativen teilzunehmen und sich dort zu behaupten. Aufmerksamkeit und Ansehen, Besucherzuspruch und Weiterempfehlung hängen in hohem Maße davon ab, wie tief und nachhaltig ein Museum im Bewusstsein und Gedächtnis der Zielgruppen verankert ist.

Benötigen Museen aber zwangsläufig $\frac{1}{4}$ Branding $\frac{1}{2}$, müssen sie einen Markenbildungsprozess anstoßen und verstetigen, wenn solche Wirkungen erreicht werden sollen? Und wichtiger noch: Welche Museen besitzen überhaupt Markenpotenzial und welches sind die für eine Museumsmarke konstitutiven Merkmale und Erfolgsfaktoren?

Die Beiträge dieses Bandes verdeutlichen, wie Museen ein Markenprofil entwickeln und nutzen können: Sie zeigen, wie die Marke einem Museum helfen kann, Qualitäts- und Erfolgsvorstellungen, Leistungsversprechen und Vertrauen in den Köpfen der Nutzer und potenziellen Besucher zu verankern. Das Buch will Museen zu Überlegungen und Planungen für eine konsistente $\frac{1}{4}$ Markenpolitik $\frac{1}{2}$ sensibilisieren und ermutigen. Es legt dar, mit welchen Instrumenten eines strategischen Museumsmanagements Besucher wirkungsvoll gewonnen und gebunden werden können. Über den Autor und weitere Mitwirkende Bernd Günter ist Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

Hartmut John, Kultur- und Sozialwissenschaftler, war bis 2009 Leiter der Museumsberatung und des Fortbildungszentrums Abtei Brauweiler des Landschaftsverbandes Rheinland. Er ist freiberuflich als Museumsberater tätig mit den Schwerpunkten: strategische Neupositionierung/Markenbildung, organisatorische Restrukturierung/Rechtsformänderung, Betriebskonzepte, finanzielle Ressourcenmobilisierung.

Download and Read Online Das Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen transcript #E7T4GQPSJ96

Lesen Sie Das Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen von transcript für online ebookDas Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen von transcript Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Das Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen von transcript Bücher online zu lesen.Online Das Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen von transcript ebook PDF herunterladenDas Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen von transcript DocDas Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen von transcript MobipocketDas Museum als Marke: Branding als strategisches Managementinstrument für Museen von transcript EPub