

## Kulturevents und Tourismus

MP 12-120

### **Erfolgsfaktor Kooperation: Kulturveranstaltungen gemeinsam planen und vermarkten**

Ob Ausstellung, Freilufttheater oder Stadtfest mit kulturellem Hintergrund – Kulturevents sind ein wichtiger Angebotsfaktor für Tourismusdestinationen, die umgedreht bedeutsame Zielgruppenpotenziale für Kulturevents stellen. Um die vorhandenen Synergien auszuschöpfen, bedarf es der engagierten Zusammenarbeit von Kulturveranstaltern, Touristikern und Verwaltungsträgern. Das Seminar zeigt, wie Kooperationen bei der Entwicklung, Finanzierung und Vermarktung von Kulturveranstaltungen effizient umgesetzt werden und kreative Lösungen – auch bei kleinem Budget – zum Erfolg führen.

#### **Teilnehmer (max. 20)**

Fach- und Führungskräfte aus allen Bereichen des Tourismus, aus Kultureinrichtungen und Event-agenturen

#### **Themen**

- Kooperationsmöglichkeiten im Kulturtourismus: Voraussetzungen, Konzeption und Umsetzung, Synergieeffekte und Stolperfallen
- strategische Allianzen: Kulturinstitutionen, Künstler, Denkmalpfleger und Touristiker an einen Tisch!
- Finanzierungspartnerschaften: Sponsoring und Fundraising
- vernetzte Kommunikation: Online-Marketing, Soziale Netzwerke, Medien-Partnerschaften

#### **Methoden**

Vortrag, Präsentation von Fallbeispielen, Diskussion

#### **Termin**

03. - 04.12.2012

#### **Veranstaltungsort**

Berlin, Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT)

#### **Gebühr**

299 €/598 €\* inkl. Unterlagen, Getränken und Snacks (\*gefördert/regulär)  
Nutzen Sie den Frühbucherrabatt (20%) bis 6 Wochen vor Kursbeginn!

#### **Ansprechpartnerin**

Anja Peters  
Telefon: 030 / 23 55 19 - 22  
E-Mail: anja.peters@dsft-berlin.de

## Seminarablauf

**Seminarleitung:** Ägina Nelius, PROJECT M GmbH, Berlin,  
Kulturland Brandenburg e. V., Potsdam

**Seminarbetreuung:** Anja Peters, DSFT Berlin

**Montag, 3. Dezember 2012**

---

- 10.00 Uhr **Eröffnung des Seminars**
- Begrüßung und individuelle Vorstellung der Teilnehmer/-innen
- Ägina Nelius und Anja Peters
- 10.30 Uhr **Einführung in die Thematik**
- Marktsituation Kulturevents und Tourismus
  - Touristische Potenziale und Effekte von Kulturevents
  - Erfolgsfaktor Kooperation
- Ägina Nelius
- 11.30 Uhr **Fallbeispiel 1: 48 Stunden Havelland – Attraktivitätsfaktor Mobilität**
- Veranstaltungsprofil und -konzept von „48 Stunden...“
  - Praxisbericht aus 2 Jahren „48 Stunden Havelland“: Planung, Umsetzung und Finanzierung, Perspektiven für 2013
  - Effekte / Evaluation
- Petra-Juliane Wagner, Bereich Planung und Fahrgastinformation, Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH, Berlin;
- Ines Kias, Geschäftsführerin, Tourismusverband Havelland e.V., Nauen
- 13.00 Uhr **Mittagspause**
- 13.45 Uhr **Fallbeispiel 2: Jubiläumsjahr Friedrich 300 – und alle machen mit...**
- Kooperationsstrukturen auf lokaler, regionaler und Landesebene
  - Kooperative Angebotsentwicklung und vernetzte Kommunikation
  - Medienpartnerschaft
  - Kooperationsmanagement
- Brigitte Faber-Schmidt, Geschäftsführerin, und René Granzow, Kommunikation/Marketing, Kulturland Brandenburg e.V., Potsdam;
- Birgit Kunkel, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Potsdam
- 15.45 Uhr **Kaffeepause**

- 16.00 Uhr **Fallbeispiel 3: Fahrradkonzert – durch aktive Vernetzung zum erfolgreichen Event**
- Veranstaltungsprofil und -konzept
  - Praxisbericht zur kooperativen Angebotsentwicklung und –vermarktung
- Dr. Andrea Palent, Geschäftsführerin und Künstlerische Leiterin, Musikfestspiele Sanssouci und Nikolaisaal Potsdam gGmbH
- 17.00 Uhr **Ende des ersten Seminartages**
- ab 17.30 Uhr **Gemeinsamer Abend: Essen, Trinken, Networking in einem Berliner Restaurant (auf Selbstzahlerbasis)**

## Dienstag, 4. Dezember 2012

---

- 9.00 Uhr **Fallbeispiel 4: Rattenfängerevents in Hameln - umsonst und trotzdem einträglich**
- Profilierende Veranstaltungen in der Rattenfängerstadt Hameln
  - Kooperationskonzepte und Finanzierung
  - Evaluation/Rentabilität
  - Exkurs: Die Päpstin
  - Exkurs: Vernetzungspraxis im Online-Marketing
- Harald Wanger, Geschäftsführer, Hameln Marketing und Tourismus GmbH
- 10.45 Uhr **Kaffeepause**
- 11.00 Uhr **Fallbeispiel 5: Kultur-Events als Verbundprojekte – am Beispiel der Kunsthalle Bremen**
- Dr. Klaus Sondergeld, Geschäftsführer, WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Geschäftsbereich Standortmarketing
- 12.30 Uhr **Mittagspause**
- 13.15 Uhr **Fallbeispiel 6: Horizonte Zingst – gemeinsamer Erfolg mit einem Nischensegment!**
- Aufbau des Profilthemas Fotografie für die Destination Zingst
  - Die Krönung: das Fotofestival
  - Kooperationen mit der Fotobranche
  - Effekte/Evaluation
- Anne Burghardt, Marketingleiterin, Kur- und Tourismus GmbH, Ostseeheilbad Zingst
- 14.45 Uhr **Kaffeepause**
- 15.00 Uhr **Gemeinsames Fazit aus den Vorträgen**

15.45 Uhr                    **Abschlussgespräch und Verabschiedung der Teilnehmer/-innen**

16.00 Uhr                    **Ende des Seminars**

**Programmänderungen vorbehalten!**

Wir bitten Sie, die Anfangs- und Endzeiten des Seminars bei Ihrer Reiseplanung und Reservierung der Unterkunft zu beachten! Danke.

**Seminarleiterin**

**Ägina Nelius**

PROJECT M, Berlin

- Tourismusberaterin mit mehrjähriger Erfahrung (seit 2005) aus Beratungs- und Qualifizierungsprojekten auf Landes-, Destinations-, Orts- und Leistungsanbieterenebene, vor allem im Kulturtourismus und Destinationsmarketing
- Dozentin für Kulturtourismus und Museumsmarketing an verschiedenen universitären Einrichtungen sowie Referentin im Rahmen der Ausbildung von Reiseleitern/Gästeführern
- 5-jährige Tätigkeit als Projektleiterin in der Veranstaltungsbranche (Incentives, Events, Rahmenprogramme für Tagungen und Kongresse)
- 10 Jahre Berufserfahrung als Studienreiseleiterin bei Dr. Tigges
- studierte Kunsthistorikerin und Kulturtouristikerin
  
- Dozentin beim DSFT seit 2007