

Marke zeigen. Kultur stärken- Strategien für ein erfolgreiches Kulturmarketing

Produktnummer

2026-56050K

Termin

10.-10.03.2026

09:00-16:45 Uhr

Gebühren pro Teilnehmer/-in

296,00 EUR

Die VWA geht davon aus, dass der Arbeitgeber die Teilnahmegebühr sowie Reisekosten übernimmt.

Private Anbieter, ein verändertes Publikumsverhalten und sinkende öffentliche Zuschüsse – Kulturinstitutionen stehen heute vor vielschichtigen Herausforderungen. Um ihren kulturellen Auftrag auch in Zukunft erfüllen zu können, müssen sie sich stetig neu ausrichten, ihre Zielgruppen im Blick behalten und flexibel auf gesellschaftliche Entwicklungen reagieren. Kulturmarketing bietet hierfür ein wirkungsvolles und kreatives Instrumentarium.

Marketing – Eine zentrale Aufgabe in der Kulturarbeit

Professionelles Marketing ist längst nicht mehr nur ein „Add-on“, sondern integraler Bestandteil erfolgreicher Kulturarbeit. Es hilft, die eigene Position zu schärfen, Zielgruppen gezielt anzusprechen und Angebote wirksam zu kommunizieren. Dabei stellen sich zentrale Fragen:

- Wer sind unsere Mitbewerber:innen – und wie positionieren wir uns im Vergleich?
- Welche gesellschaftlichen Trends beeinflussen unsere Arbeit?
- Wo liegen unsere Stärken und Schwächen? Welche Chancen und Risiken ergeben sich daraus?
- Wer sind unsere aktuellen und potenziellen Besucher:innen – und wie erreichen wir sie?
- Welche Maßnahmen eignen sich, um neue oder bestehende Angebote erfolgreich einzuführen?
- Wie kommunizieren wir unsere kulturellen Angebote zeitgemäß und wirkungsvoll?

Kulturmarketing als Kreativlabor

Die systematischen Schritte des Marketing-Prozesses – angereichert mit Praxisbeispielen – bieten die Chance, eigene Angebote kritisch zu hinterfragen, Zielgruppen neu zu definieren und kreative Konzepte für Kommunikation und Werbung zu entwickeln. Kulturmarketing wird so zum Labor für neue Ideen, Strategien und Perspektiven.

Ort

VWA Karlsruhe
Kaiserallee 12E
76133 Karlsruhe

Kontakt**Information**

Stephanie Krenze
0721/985 50 17
stephanie.krenze@vwa-baden.de

Konzeption und Beratung

Stephanie Krenze
0721/985 50 17
stephanie.krenze@vwa-baden.de

[Anmelde- und
Teilnahmebedingungen](#)

[Impressum](#)

[Datenschutzhinweise](#)

Inhalte

1. Selbstverständnis und Anspruch

- Mit welchem Auftrag, Selbstverständnis und Anspruch treten wir nach außen auf?
- Welche Werte und Visionen prägen unsere Institution?
- Wodurch unterscheiden wir uns von anderen?

2. Analyse des Status quo

- Welche Mitbewerber:innen gibt es – und wie agieren sie?
- Welche externen Einflüsse wirken auf unsere Arbeit?
- Wo liegen unsere Stärken und Schwächen?
- Erkennen wir eher Chancen oder Risiken?

3. Ziele und Strategien entwickeln

- Welche Ziele verfolgen wir – und wie formulieren wir sie klar und umsetzbar?
- Wie definieren wir unsere Zielgruppen?
- Welche Ressourcen setzen wir wann, wo und wie ein?

4. Maßnahmen konkretisieren

- Welche Angebote bleiben, welche werden verändert oder neu geschaffen?
- Wie gestalten wir unsere Kommunikation – und auf welchen Kanälen?

5. Umsetzung und Erfolgskontrolle

- Wie setzen wir unsere Strategien organisatorisch um?
- Wie überprüfen wir die Wirksamkeit unserer Maßnahmen – und wie justieren wir nach?

Kulturmarketing bedeutet nicht nur „Werbung machen“, sondern die kulturelle Arbeit strategisch, kreativ und nachhaltig weiterzuentwickeln. Wer seine Zielgruppen kennt, sich klar positioniert und seine Stärken gezielt kommuniziert, schafft beste Voraussetzungen für eine zukunftsfähige Kulturarbeit.

Dozierende

Robert Determann

Langjährige Berufspraxis im kommunalen und regionalen Kulturmanagement, bis 2020 Leiter des Kultur- und Sportamtes Ettlingen, Lehrbeauftragter am KIT im Zentrum für Angewandte Kulturwissenschaft mit Schwerpunkt Kulturmanagement und Kulturmarketing, Selbständig mit Kulturberatung "Kultur-Impulse"

Lernziele

Im Seminar erarbeiten die Teilnehmenden gemeinsam die zentralen Phasen des Marketing-Prozesses. Ziel ist es, erste Impulse für die Weiterentwicklung oder auch eine grundlegende Neuausrichtung der eigenen kulturellen Arbeit zu geben.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Führungskräfte und Mitarbeitende im Bereich Kultur und/oder Regionalentwicklung der Verwaltungen sowie an politische Mandatsträger:innen der Kreise und Gemeinden.

Veranstalter

