



# Touristische Aufwertung der Kreis-Museumsstandorte

Rahmenkonzept zur Vernetzung und  
kulturtouristischen Entwicklung

Matthias Burzinski  
22. April 2021 - Warendorf

projekt2508

# projekt2508

Bonn | Berlin | Antwerpen | Konstanz

## projekt2508 GmbH

**consult2508**  
Kultur- und  
Tourismusberatung

**kommunikation2508**  
Kultur- und  
Tourismuskommunikation

**text2508**  
Presse- und  
Medienbüro

**expo2508**  
Ausstellungskonzeption  
und Umsetzung |  
Vermittlung

**impuls2508**  
Stadtentwicklung  
Stadtrevitalisierung

**eva2508**  
Besucher-  
befragungen

**kontor2508**  
Produkte für Museen  
und Tourismus

**CULTURE LOUNGE**  
Kulturhalle der ITB

## Art Cities Services GmbH

**art cities REISEN**  
Paketreiseveranstalter  
für Kulturreisen

**art cities BOX**  
Reisepakete für  
Individualreisende

Geschäftsführer: Hans-Helmut Schild | Ulrich Keinath

# AUF EINEN BLICK

NORDRHEIN  
WESTFALEN KULTUR



## KULTUR. TOURISMUS

Ein Praxisleitfaden

ANGEBOTE UND ERLEBNISRÄUME  
Das Kulturerleben des Besuchers

PROFILIERUNG  
Zielgruppen mit Zielsituationen  
verbinden

(DIGITALES) MARKETING  
Die Geschichte macht den  
Unterschied



**24** Marta Herford  
Museum für Kunst, Architektur,  
Design  
Goebenstraße 2-10  
32052 Herford  
www.marta-herford.de

**25** Max Ernst Museum Brühl des LVR  
Comesstraße 42 / Max-Ernst-Allee 1  
50321 Brühl  
www.maxernstmuseum.lvr.de

**26** Museum Abteiberg  
Abteistraße 27  
41061 Mönchengladbach  
www.museum-abteiberg.de

**27** Museum für Gegenwartskunst  
Siegen  
Unteres Schloss 1  
57072 Siegen  
www.mgk-siegen.de

**28** Museum Schloss Moyland  
Am Schloss 4  
47551 Bedburg-Hau  
www.moyland.de

**29** Museum Wilhelm Morgner  
Thomstraße 1  
59494 Soest  
www.soest.de

### DESIGN & MANUFAKTUR

**30** Deutsches Klingenmuseum  
Solingen  
Klosterhof 4  
42653 Solingen  
www.klingenmuseum.de

**31** Deutsches Textilmuseum  
Krefeld  
Andreasmarkt 8  
47809 Krefeld  
www.krefeld.de/textilmuseum

**32** KERAMION  
Bonnstraße 12  
50226 Frechen  
www.keramion.de

**33** LVR-Industriemuseum  
Gesenschniede Hendrichs  
Merscheider Straße 289 - 297  
42699 Solingen  
www.industriemuseum.lvr.de

**34** LVR-Industriemuseum  
Textilfabrik Cronford  
Cronford Alle 24  
40878 Ratingen  
www.industriemuseum.lvr.de

**35** LVR-Industriemuseum  
Tuchfabrik Möller  
Carl-Koenen-Straße  
53881 Euskirchen  
www.industriemuseum.lvr.de

**36** TextilTechnikum  
Schwalmsstraße 301  
41238 Mönchengladbach  
www.textiltechnikum.de

### VERSTECKTE SCHÄTZE

**37** BEGAS HAUS  
Museum für Kunst und  
Regionalgeschichte Heinsberg  
Hochstraße 21  
52525 Heinsberg  
www.begas-haus.de

**38** Burg Altena  
Fritz-Thomé-Straße 80  
58762 Altena  
www.maerischer-kreis.de

**49** Couven-Museum auf der  
Route Charlemagne  
Höhnermarkt 17  
52062 Aachen  
www.couven-museum.de

**40** Geistliches und Kulturelles  
Zentrum Kloster Kamp  
Abteiplatz 13  
47475 Kamp-Lintfort  
www.kloster-kamp.eu

**41** Kluterthöhle  
Gasstraße 10  
58256 Ennepetal  
www.kluterthoehle.de

**42** KuK  
Kunst- und Kulturzentrum der  
StädteRegion Aachen e.V.  
Austraße 9  
52156 Monschau  
www.kuk-monschau.de

**43** LWL-Preußenmuseum Minden  
Simonsplatz 12  
32427 Minden  
www.lwl-preussenmuseum.de

LWL-Besucherzentrum Kaiser-  
Wilhelm-Denkmal, Porta Westfalica  
Kaiserstraße 15  
32457 Porta Westfalica  
www.kaiser-wilhelm-denkmal.lwl.org

**44** RELIGIO – Westfälisches Museum  
für religiöse Kultur  
Herrenstraße 1-2  
48291 Telgte  
www.museum-religio.de

**45** Stadt Petershagen  
Touristinformation 'Altes Amtsgericht'  
Mindener Straße 16  
32469 Petershagen  
www.petershagen.de/Tourismus

**46** Weserrenaissance-Museum  
Schloss Brake  
Schlossstraße 18  
32657 Lemgo  
www.museum-schloss-brake.de

GEFÖRDEBT DURCH



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,  
Digitalisierung und Energie  
des Landes Nordrhein-Westfalen



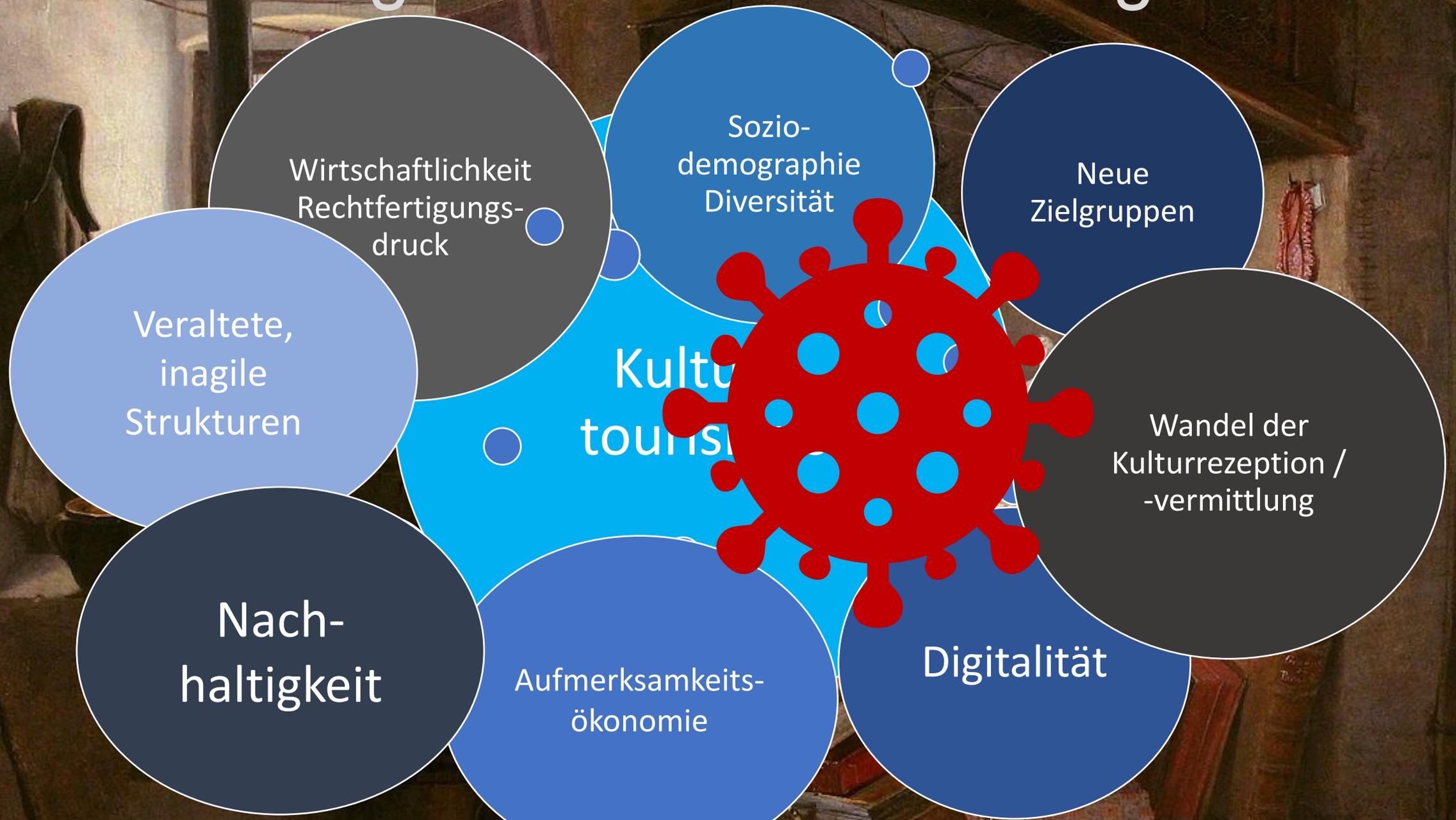
# Am Anfang standen Fragen



# Am Anfang standen Fragen

- Nach Touren zur Vernetzung der Museumsstandorte im Kreis Warendorf?
- Nach einfachen Marketingmaßnahmen zur gegenseitigen Bekanntmachung der Standorte
- Nach Finanzierungsmöglichkeiten

# Vor großen Herausforderungen





# Neue Inszenierungen und Erlebnisräume



## KÖLN VOR ÜBER 100 JAHREN DIE TIMERIDE STADTFÜHRUNG

Mit unserer eigenen, realen Stadtführung lassen wir Dich noch tiefer in die Kölner Stadtgeschichte zur preußischen Zeit um 1900 eintauchen!

[MEHR ERFAHREN](#)



# Kulturtourismus ist ein komplexes Geflecht



## Kulturerbe (heritage)

- Artefakte und Zeugnisse der Vergangenheit,
- z.B. Kirchen, Schlösser, Burgen, Museen, Altstädte, Quartiere, Parks, Denkmäler, aber auch Geschichte usw.



## Kunst (the arts)

- Bildende und darstellende Künste, Musik, Literatur
- z.B. Konzerte, Theater, Museen, Tanz, Oper, Kleinkunst, Malerei, Bildhauerei usw.



## Kreativwirtschaft (creative industries)

- Kreative Branchen (und ihre Produkte) im Grenzbereich zur Kunst,
- z.B. Design, Mode, Möbel, Film/Video, Multimedia, Games, usw.

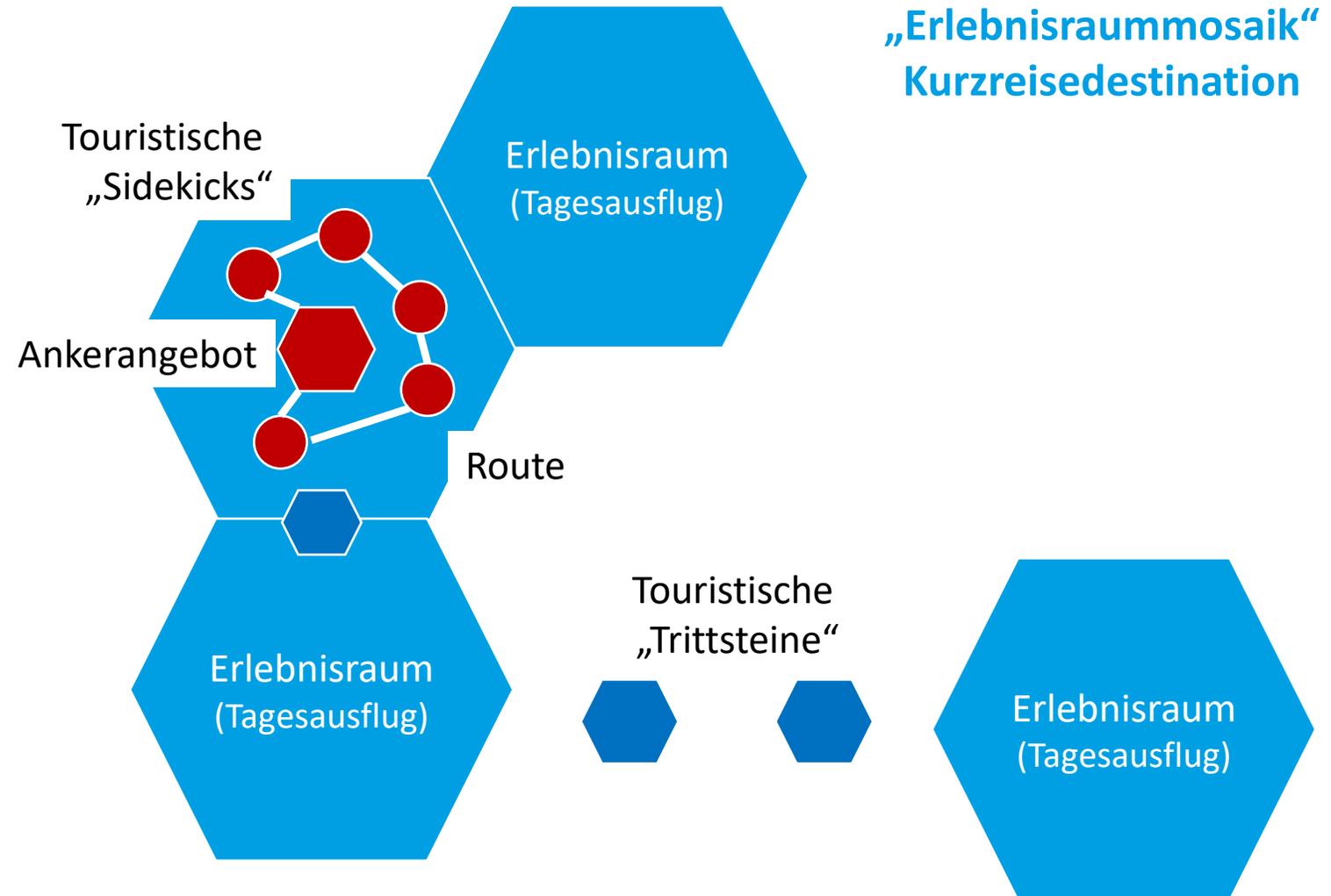


Individuell, kulturell  
definierte  
Lebensqualität

Alltagskultur des Reiseziels

Touristische Komplementärangebote: Kulinarik, Genuss, Aktiv, Entertainment, ...

# Erlebnissräume und Netzwerke bestehen nicht nur aus Kultur



# Zielgruppen

## **Traditionalisten und Bildungsbürger\*innen:**

Hier kannst du dich kulturell weiterbilden, intellektuell fordern und anregen lassen und gleichzeitig hochkulturelle Genüsse zelebrieren.

## **Entdecker\*innen:**

Hier findest du Anregungen und Inspiration für dein eigenes, kreatives Schaffen oder Impulse, um dein Leben kulturell tiefer durchdringen zu lassen.

## **Stolperer\*innen, z.B. Wanderer, Radfahrer:**

Du wirst es nicht bereuen. Dieser kleine Abstecher wird auch dir persönlich etwas geben.

## **Unterhaltungsorientierte Ausflügler\*innen:**

Du kannst mit Freunden und Familie für einen Tag in eine andere Welt eintauchen, gemeinsam Eindrücke und Anregungen aufnehmen, von denen ihr euch lange erzählen werdet.

## **Sightseker und Sammler\*innen:**

Du wirst einen einzigartigen und lebendigen Ort mit besonderer Atmosphäre sehen und erleben, von dem du deinen Freunden und Bekannten erzählen kannst.

Trend zum individuellen Ausflug, zur individuellen Kurzreise choreographiert mit persönlichen Erlebnissen, die immer kurzfristiger gesucht und gebucht werden.

# Museums-, Kunst- und Kulturnetzwerke heute – und in Zukunft: Im Kreis Warendorf

- Welche **Ziele und Mehrwerte** verfolgt ein Netzwerk?
- Wie gliedert es sich in einen kulturellen und touristischen **Erlebnisraum** ein?
- Welche **Geschichten** (im Sinne eines kulturtouristischen Storytellings) erzählt die Museumsstandorte im Netzwerk für den Kreis Warendorf?
- Welche konkreten **Projekte und Vorhaben** verbinden sich damit?
- Welche **Angebots- und Netzwerkpartner** benötigt das Netzwerk dazu?
- Welche **Aufgaben, Prozesse und Ressourcen** müssen dafür definiert werden?



# Arbeitsschritte

1. **Analyse** der Ausgangssituation
2. **Zukunftswerkstatt** mit den Museen, Kultur- und Tourismusakteuren  
Durchgeführt am 21.08.2020 in Telgte.
3. **Ausarbeitung** der Strategie und Konzeption.

# Ziele für die Museen

- **Netzwerk und Marketing:**
  - Steigerung der Bekanntheit / Sichtbarkeit
  - Ansprache neuer Zielgruppen, Steigerung der Besucherzahlen
  - Optimierung der Vermarktung
  - Definition einer thematischen Klammer / Themas / Profil für das Netzwerk
  - Langfristige Vernetzung der Kultureinrichtungen, um weitere Museen erweiterbar
  - Identitätsbildung und Bewusstseinsbildung nach innen
- **Standorte und Erlebnisraum**
  - Ausweitung der Erlebnisse der einzelnen Standorte
  - (Inhaltliche) Verknüpfung der einzelnen Standorte
  - Vernetzung mit anderen Routenangeboten (z.B. Rad, Wandern)
  - Verbesserte räumliche Orientierung untereinander
- **Organisation und Ressourcen**
  - Schaffen einer tragfähigen und langfristig arbeitenden Struktur für das Netzwerk
  - Organisation: Personell und finanziell gute Ausstattung

# Ziele für den Kreis Warendorf

- Höhere **Wertschöpfung** innerhalb des Kreises
- Erhöhung der **Lebensqualität** (als Standortfaktor)
- Stärkung und **Profilschärfung** des Museums- und Tourismusstandorts Kreis Warendorf
- **Wertschätzung** für „Kultur als Aufgabe“
- Das Schaffen einer „**kulturellen Keimzelle**“ zur Vernetzung



# Die Voraussetzungen sind sehr gut



Drei Museen mit klaren und einzigartigen Alleinstellungsmerkmalen.

# Starkes Entwicklungspotenzial

- Die Häuser haben Profil, die Museen als Netzwerk nicht. Wir brauchen eine „Klammer“.
- Neue Zielgruppen werden noch zaghaft erschlossen, müssen aber jetzt aktiviert werden.
- Wir brauchen mehr Erlebnisse, die Lust machen und Neugierde wecken
- Wir brauchen mehr moderne Formen der digital-analogen Vermittlung.
- Auch das Marketing muss digitaler werden.
- Die Vernetzung kann über punktuelle Kooperationen hinausgehen.
- Ressourcen müssen neu genutzt und kreativ erweitert werden.

# Die „Inspiration“ als verbindende Idee



- auf allen Ebenen anwendbar
- Inspirationen als Leitidee der kulturellen Aktivitäten
- „Inspiration. Die Museen im Kreis Warendorf“

# Zentrale Aufgabe: Erlebnisraumentwicklung



- Identifikation der Besucherströme und Aktionsradien
- Entwicklung spezieller Teilprofile
- Ankerangebote - Nebenangebote/„Sidekicks“
- Entwicklung von Routen / Touren als verbindende Elemente
- die Recherche komplementärer Angebote
- ein Leit- und Orientierungssystem – analog und/oder digital

# Zentrale Aufgabe: Marketing



- Corporate Design
- Informierendes Marketing - Aktivierendes Marketing (Jahresbudget)
- Analog und digital intelligent verknüpft – Snack Content
- Angepasst auf die Neuausrichtung des Tourismus und Ausflugsverkehrs Post-Corona

# Organisation und Ressourcen für den Netzwerkaufbau

- **Qualitätskonzept** und Kriterien für die Erweiterung des Netzwerks
- **Aufgaben**
  - Netzwerkmanagement
  - Content-Management, Storytelling und Marketing
  - Programmentwicklung
- Aufbau **personeller und finanzieller Ressourcen**
  - Eigenes Projektbüro, externe Agentur, Mischformen



Herzlichen  
Dank!

Ihre Fragen...



Matthias Burzinski  
Helena Sykosch

*burzinski@projekt2508.de*  
*www.projekt2508.de*

projekt2508