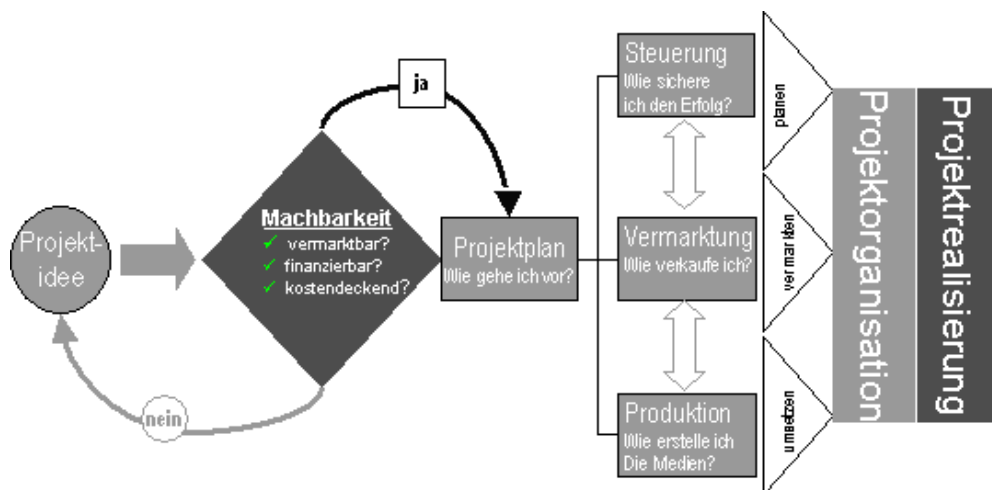


- **Was ist Cultural Business?**
 - Cultural Business ist eine Projektmanagementmethode innerhalb des Kulturmanagements.
 - Ihr Hauptziel ist es, Kulturprojekte und -Institutionen kostendeckend zu vermarkten. Sie vereinigt praxisorientiert Methoden aus Betriebswirtschaft, Projektmanagement, Marketing und Gestaltung. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt insgesamt auf den Vermarktungsaspekten. Mit möglichst geringem finanziellen Aufwand wird eine professionelle und erfolgreiche Außenwirkung erzielt.
- **Warum Cultural Business?**
 - Die geringer werdende staatliche Förderung und ein sich dramatisch änderndes Kommunikationsverhalten von Museumsbesuchern, Kulturinteressierten und -förderern werden zu einer echten Bedrohung der kulturellen Vielfalt in Deutschland. Die aktive Vermarktung von Kulturprojekten kann es schaffen, auch für Themen, die nicht auf den ersten Blick im öffentlichen Interesse stehen, in überschaubarem Maße Finanzmittel bereitzustellen.
- **Wofür ist Cultural Business?**
 - Die Erfolgchancen des jeweiligen Kulturprojektes werden schon in einem frühen Stadium klar erkennbar.
 - Projekte können so vermarktet und dargestellt werden, dass auch die Kosten für die Themen eingespielt werden, für die auf den ersten Blick das öffentliche Interesse gering erscheint.
- **Für wen ist Cultural Business?**
 - Geisteswissenschaftler und Kulturinstitutionen, die über keine oder wenig finanzielle Mittel verfügen, können über eine geschickte Projektplanung manche Projektideen umsetzen, die zunächst nicht finanzierbar erscheinen.
- **Wie funktioniert Cultural Business?**



- Zunächst wird eine Projektidee nach verschiedenen Kriterien (Finanzierbarkeit, Vermarktungspotential, Kostendeckung) auf ihre Machbarkeit überprüft. Hat sie sich im ersten Ansatz als nicht machbar erwiesen, so ist sie so lange zu verändern, bis sie der Prüfung standhält.
- In einem Projektplan können dann die wesentlichen Eckpunkte des Projektes dargestellt werden.
- Nun wird die Projektplanung in den einzelnen Themenblöcken Steuerung, Vermarktung und Produktion detailliert. Beleuchtet die Steuerung Aspekte, wie Zeitplanung, Kostenpläne, Erfolgsfaktoren, so werden in der Vermarktung die Marktchancen, Sponsorenakquise genauso berücksichtigt wie die entsprechende Werbe- und Kommunikationsstrategie. Im Baustein Produktion werden hauptsächlich die für die Vermarktung erforderlichen Werbematerialien entwickelt. Hier fließen dann wesentliche Elemente aus dem Grafikdesign ein in Verbindung mit Gestaltungsvorlagen in MSWord und MSPowerPoint.
- Dabei empfiehlt es sich, diese Themenblöcke im Rahmen eines Projektteams annähernd gleichzeitig anzugehen. Mit der daraus entstehenden Projektorganisation kann das Projekt dann auch realisiert werden.
- **Wo erfahren Sie mehr über Cultural Business?**

Schrittweise ist eine Vielzahl von Informationsmedien entstanden:

 - Das Buch „Cultural Business - Kultur mit Gewinn“ vermittelt die Grundlagen der Methode und gibt erste Anregungen für die Praxis.
 - Die Website www.cultural-business.com wird kontinuierliche weiterentwickelt und hat den Anspruch, Inhalte des Buches zu ergänzen und die Gestaltungsvorlagen zum Download zu Verfügung zu stellen. Dabei ist jeder Nutzer eingeladen, das enthaltene Informationsangebot gemeinsam mit dem Redaktionsteam zu verbessern.
 - Der Newsletter „Neulichkeiten“ gibt immer wieder neue Anregungen und weist auf Aktualisierungen der Website hin für die Praxis aus der Praxis.
 - Cultural Business erleben können Sie einmal im Jahr als Teilnehmer der Sommerakademie. Als Teilnehmer können Sie sich genauso bewerben wie als gastgebende Kulturinstitution für die nächste Sommerakademie.