
Was Sie aus diesem *essential* mitnehmen können

- Marketing ist eine abteilungsübergreifende Denkhaltung bei kulturtouristischen Leistungsträgern, die darauf abzielt, die marktbezogenen Aktivitäten und innerbetrieblichen Voraussetzungen so auszugestalten, dass Wettbewerbsvorteile geschaffen, Kundennutzen erzeugt und Organisationsziele erreicht werden
- Der Planungs- bzw. Managementprozess ist ein integratives Ablaufschema, das die Marketingaktivitäten kulturtouristischer Leistungsträger strukturieren hilft. Der Prozess kann sich sowohl auf die Vermarktung eines Leistungsträgers insgesamt als auch auf einzelne kulturtouristische Leistungen bzw. Leistungsbündel beziehen.
- Die besondere Stärke des Planungs- bzw. Managementprozesses liegt darin, dass er klar aufzeigt, was im Praxisalltag von Kultureinrichtungen und anderen Leistungsträger häufig untergeht: Kulturtourismusmarketing hat im Kern zwei unterschiedliche Ebenen, die zwar eng miteinander verwoben sind, aber doch getrennt voneinander zu betrachten – eine strategisch-konzeptionelle, längerfristig ausgelegte sowie eine operativ-instrumentelle, kurzfristiger ausgerichtete.

Literatur

- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). (2014). Tourismusperspektiven im ländlichen Raum. Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen. https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/tourismusperspektiven-in-laendlichen-raeumen.pdf?__blob=publicationFile&v=1. Zugegriffen: 1. Apr. 2019.
- Burzinski, M. (2016). Zwischen Herdentrieb und Überwindung der Zwangskooperation. *Kulturmanagement Magazin*, 110, 14–22.
- Burzinski, M., Buschmann, L., & Pröbstle, Y. (2018). Kulturtourismusstudie 2018. Empirische Einblicke in die Praxis von Kultur- und Tourismusakteuren. <https://www.projekt2508.de/wp-content/uploads/2018/05/Kulturtourismusstudie-2018-Webversion.pdf>. Zugegriffen: 18. Dez. 2018.
- Dellnitz, A. (2016). Zielgruppe Nah-Tourist. *KM Kultur und Management im Dialog*, 110, 23–26.
- Deutscher Tourismusverband (DTV). (2006). Städte- und Kulturtourismus in Deutschland. <https://www.deutschertourismusverband.de/service/touristische-studien/dtv-studien.html>. Zugegriffen: 26. Mai 2019.
- DuCros, H., & McKercher, B. (2015). *Cultural tourism* (2. Aufl.). London: Routledge.
- Esch, F.-R. (2014). *Strategie und Technik der Markenführung* (8. Aufl.). Wiesbaden: Vahlen.
- Fischbacher, M., & Forster, S. (2010). *Erlebnisse und Tourismusangebote schaffen. Ein Leitfaden für kleine und mittlere Museen*. Graubünden: Museen Graubünden.
- Freyer, W. (2015). *Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie* (11. Aufl.). Berlin: De Gruyter.
- Hausmann, A. (2018). Digitale Angebote im Kulturtourismus. Zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT). Ergebnisse einer Besucherbefragung beim UNESCO-Welterbe Zollverein. https://kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/2c-kuma-t-01/PDF/Forschung/Forschungsbericht_Digitale_Angebote_im_Kulturtourismus.pdf. Zugegriffen: 5. Mai 2019.
- Hausmann, A. (2019a). *Kompaktwissen Kulturmanagement. Reihe Kunst- und Kulturmanagement* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- Hausmann, A. (2019b). *Kulturmarketing, Reihe Kunst- und Kulturmanagement* (3. Aufl.). Springer VS: Wiesbaden.

- Hausmann, A. (2019c). *Einführung in den Kulturtourismus. Praxis Kulturmanagement*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hausmann, A., & Schuhbauer, S. (2019). *Information and communication technologies (ICTs) in cultural and heritage tourism. Results of a visitor survey*. Konferenzpapier EURAM 2019 Annual Conference (1–24).
- Hausmann, A., & Weuster, L. (2017). Possible marketing tools for heritage tourism: the potential of implementing information and communication technology. *Journal of Heritage Tourism*, 13(3), 273–284.
- Haven-Tang, C., & Jones, E. (2005). Human resource management in tourism businesses. In J. Beech & S. Chadwick (Hrsg.), *The business of tourism management* (S. 89–113). London: Pearson Education.
- Homburg, C. (2017). *Grundlagen des Marketingmanagement* (5. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.
- Kohlen, C. (2017). Vom Mahner zum Motivator. Besucherorientierung von Service- und Aufsichtskräften. In O. Scheytt & F. Looock (Hrsg.), *Handbuch Kulturmanagement E 3.15* (S. 97–120). Hamburg: Raabe.
- Laskus, M. (2018). Wie es wirklich ist ... täglich tausend Touristen durch Mozarts Geburtshaus zu führen. <https://www.zeit.de/2018/30/museumspaedagogin-salzburg-mozart-tourismus>. Zugegriffen: 20. Mai 2019.
- Meffert, H., Bruhn, M., & Hadwich, K. (2018). *Dienstleistungsmarketing* (9. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.
- Schlösserland Sachsen. (2019). Marketingverbund Schlösserland Sachsen. www.schloesserland-sachsen.de/de/marketingverbund-schloesserland-sachsen/. Zugegriffen: 20. Apr. 2019.
- Steinecke, A. (2013). *Management und Marketing im Kulturtourismus. Reihe Kunst- und Kulturmanagement*. Wiesbaden: Springer VS.
- Tourismus Brandenburg (TMB). (2013). Kulturtourismus in Brandenburg. https://mwfk.brandenburg.de/media_fast/4055/Leitfaden_Kulturtourismus.15995197.pdf. Zugegriffen: 6. Apr. 2019.
- Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW). (2011). Strategische Marketingkonzeption Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg. <https://www.tourismus-bw.de/Media/B2B/Tourismus-Marketing-GmbH-Baden-Wuerttemberg>. Zugegriffen: 4. Apr. 2019.
- Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW). (2019). Über uns. <https://www.bw.tourismusnetzwerk.info/ueber-uns/ansprechpartner/tourismus-marketing-gmbh-baden-wuerttemberg/>. Zugegriffen: 24. Mai 2019.
- Tourismus NRW e. V. (2018). Jahresbericht 2017. <https://www.touristiker-nrw.de/wp-content/uploads/2018/03/Webversion-des-Jahresberichts-2017.pdf>. Zugegriffen: 6. Jan. 2019.
- Tourismus NRW e. V. (2019). Marketingmaßnahmen 2019. https://www.touristiker-nrw.de/wp-content/uploads/2019/02/Tourismus-NRW-Marketingplan_2019.pdf. Zugegriffen: 3. Apr. 2019.
- World Tourism Organization (UNWTO) (2019a). High-Level dialogue on digital skills in tourism. <http://europe.unwto.org/event/high-level-dialogue-digital-skills-tourism>. Zugegriffen: 20. Mai 2019.
- World Tourism Organization (UNWTO) (2019b). UNWTO Tourism Definitions. <https://publications.unwto.org/sites/all/files/pdf/9789284420858.pdf>. Zugegriffen: 27. Mai 2019.

}essentials{

Andrea Hausmann

Einführung in den Kulturtourismus

Praxis Kulturmanagement

 Springer VS

Jetzt im Springer-Shop bestellen:

springer.com/978-3-658-26853-4

