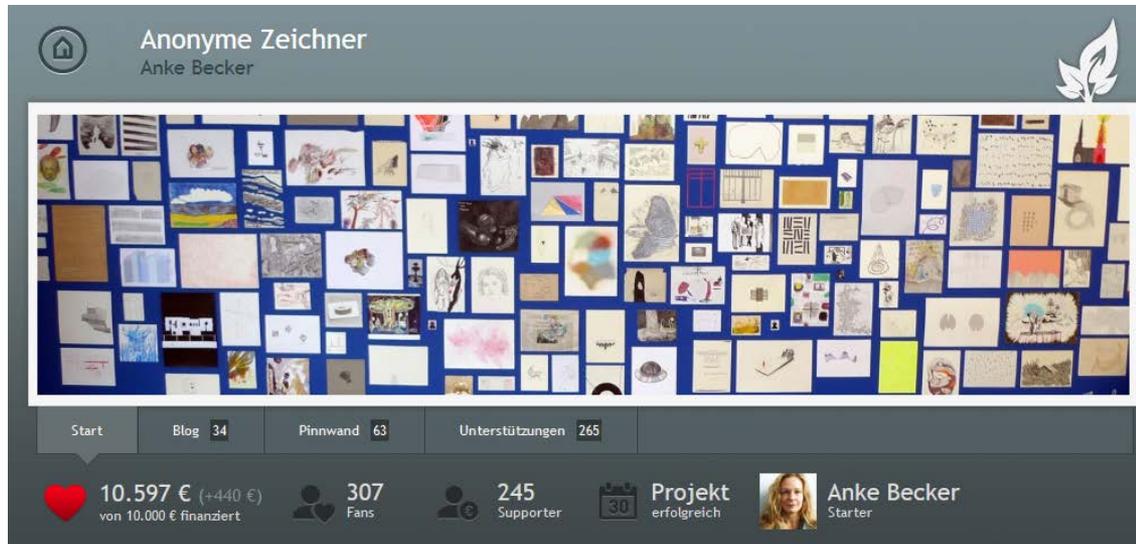


Cultural Entrepreneurship

Wieso Eintrittspreise erhöhen,
wenn Sie ohne Eintritt mehr Einnahmen erzielen können?“

Holger Simon

Pausanio GmbH & Co. KG / Universität zu Köln
Mai-Tagung 2013, am 24. Mai 2013



Anonyme Zeichner
Anke Becker

Start Blog 34 Pinnwand 63 Unterstützungen 265

10.597 € (+440 €)
von 10.000 € finanziert

307 Fans

245 Supporter

30 Projekt erfolgreich

Anke Becker
Starter





Pausanio Akademie
www.pausanio-akademie.de



Kulturimweb.net
www.kulturimweb.net



KulturVermitteln e.V.
www.kulturvermitteln.org



Artguide
www.artguide.de



Pausanio Production
www.pausanio-production.de



Prometheus
www.prometheus-bildarchiv.de



Digitales Historisches Archiv Köln
www.historischesarchivkoeln.de



Pausanio
www.pausanio.de

Ablauf Workshop

1. Cultural Entrepreneurship - Kultur ein starker Wirtschaftszweig
2. Beispiele von alternativen Geschäftsmodellen
3. Kunden und Produkte/Dienstleistungen aus der Perspektive von Museen
4. (Business Model Canvas)

Herausforderung der Kulturfinanzierung

Weniger Geld für mehr Kultur

Kürzungen und keine gestalterischen Anreize



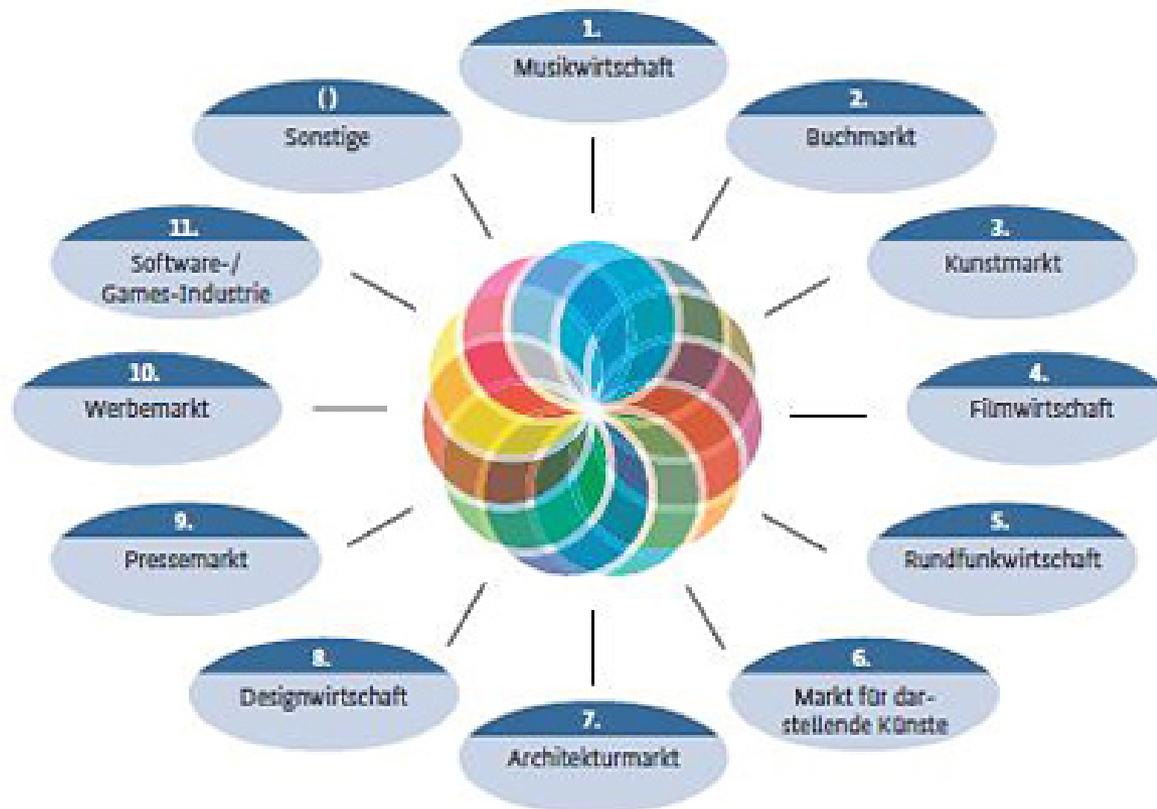
Kultur ein starker Wirtschaftszweig

Potenzial Kultur in Zahlen

1. 109,5 Mio. Besuche in Museen in 2011
6,3 Mio Besuche in Ausstellungshäuser in 2011
(Museumsbund 2012)
2. Umsatzvolumen Kultur- und Kreativwirtschaft in 2011: 143 Mrd. EUR

Kultur ein starker Wirtschaftszweig

Kultur- und Kreativwirtschaft



Kultur ein starker Wirtschaftszweig

Potenzial Kultur in Zahlen

1. 109,5 Mio. Besuche in Museen in 2011
6,3 Mio Besuche in Ausstellungshäuser in 2011
(Museumsbund 2012)
2. Umsatzvolumen Kultur- und Kreativwirtschaft in 2011: 143 Mrd. EUR
(Chemieindustrie: 144,3 Mrd. EUR)
3. Bruttowertschöpfung: 62,7 Mrd. (2,4% Anteil an Gesamtwirtschaft)
(Chemieindustrie: 32 Mrd. EUR)
4. 244.325 Unternehmen (Freiberufler und gewerbliche Unternehmer)
(Chemieindustrie: 2.083 Unternehmen, keine Freiberufler)
5. Erwerbstätige 720.000 fest Angestellte, 1,7 Mio. inkl. geringfügig Beschäftigten
(Chemieindustrie: 41.000 Beschäftigte, keine geringfügig Beschäftigten)
6. 9,6 Mrd. öffentliche Kulturausgaben 2010
(Statistisches Bundesamt 2013)

www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/

Cultural Entrepreneurship

Potenziale stark machen

Mut

zum unternehmerischen Denken ...

... aber

aus der Kultur heraus.

Kultur und Wirtschaft

Versuch einer Annäherung

Gemeinsame:

- Beide bieten Produkte und Dienstleistung an.
- Beide haben Kunden.
- Beide haben einen Markt und Wettbewerber.
- Beide müssen Marketingstrategien entwickeln.
- Beide benötigen Gestaltungsspielraum.

Unterschied liegt im Zweck:

1. Gewinnerzielungsabsicht des Unternehmens
2. Ermöglichung von Kulturangeboten

Cultural Entrepreneurship

Bestimmung

1. Kulturelle Herausforderungen unternehmerisch bewältigen
2. Ziel ist nicht Gewinnmaximierung und Rendite, sondern die Kultur (Cultural Impact)
3. innovative nachhaltigen Geschäftsmodelle

Ablauf Workshop

1. Cultural Entrepreneurship - Kultur ein starker Wirtschaftszweig
2. Beispiele von alternativen Geschäftsmodellen
3. Kunden und Produkte / Dienstleistungen aus der Perspektive von Museen
4. (Business Model Canvas)

Pay what you want

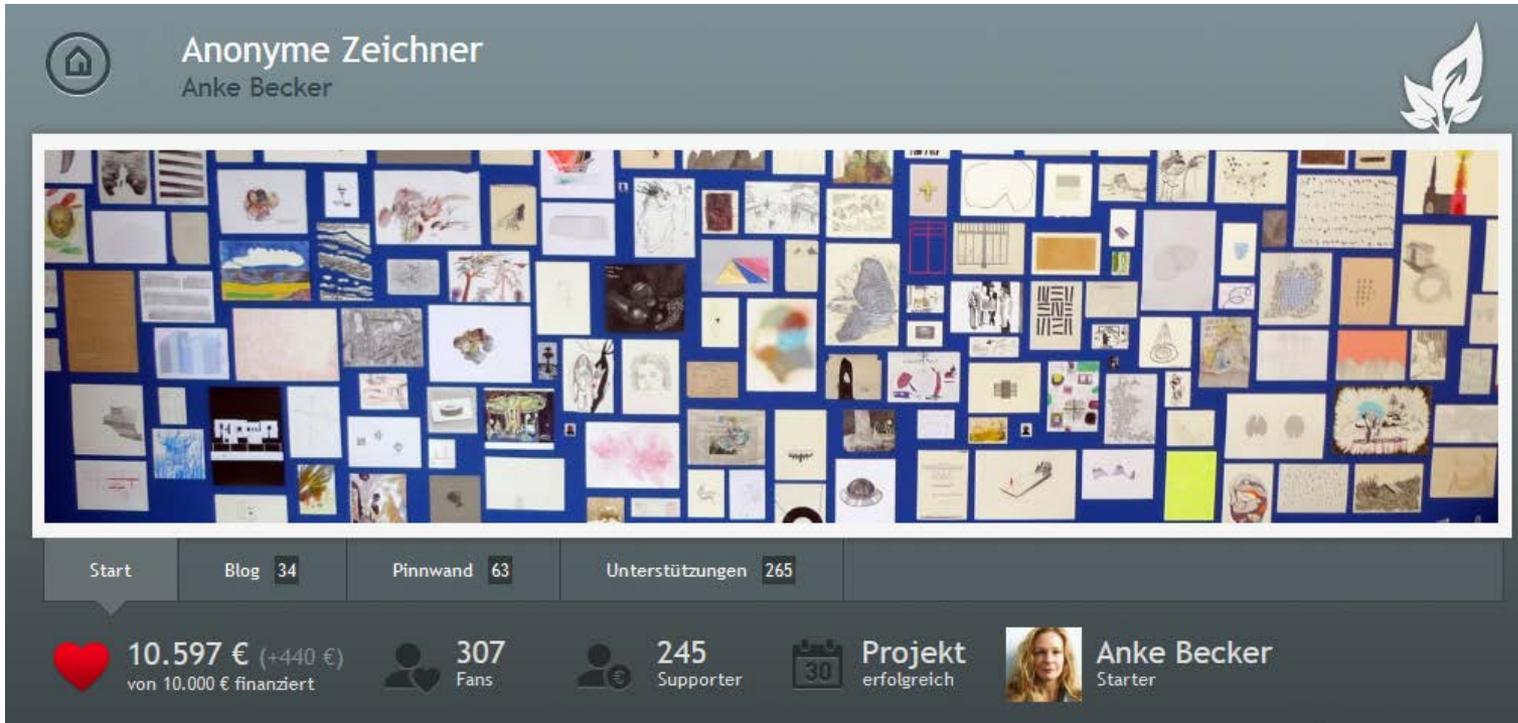
Allwetterzoo Münster Dezember 2012

1. 56.233 zahlende Besucher (Vorjahr 10.915)
2. Ø 4,76 EUR (14 EUR)
3. 250% mehr Umsatz



Crowdfunding

startnext, kickstarter, inkubato, indiegogo etc.



The screenshot shows a crowdfunding campaign page for 'Anonyme Zeichner' by Anke Becker. The page features a large grid of various drawings and illustrations. The campaign has reached its goal of 10,000 € with 10,597 € raised (+440 €) and 265 supporters. The page includes navigation tabs for 'Start', 'Blog 34', 'Pinnwand 63', and 'Unterstützungen 265'. The campaign is marked as 'Projekt erfolgreich' and '30' days old. The creator's name 'Anke Becker' and her role as 'Starter' are also visible.

Anonyme Zeichner
Anke Becker

Start | Blog 34 | Pinnwand 63 | Unterstützungen 265

10.597 € (+440 €)
von 10.000 € finanziert

307 Fans

245 Supporter

30 Projekt erfolgreich

Anke Becker
Starter

Crowdfunding

Fakten 2012

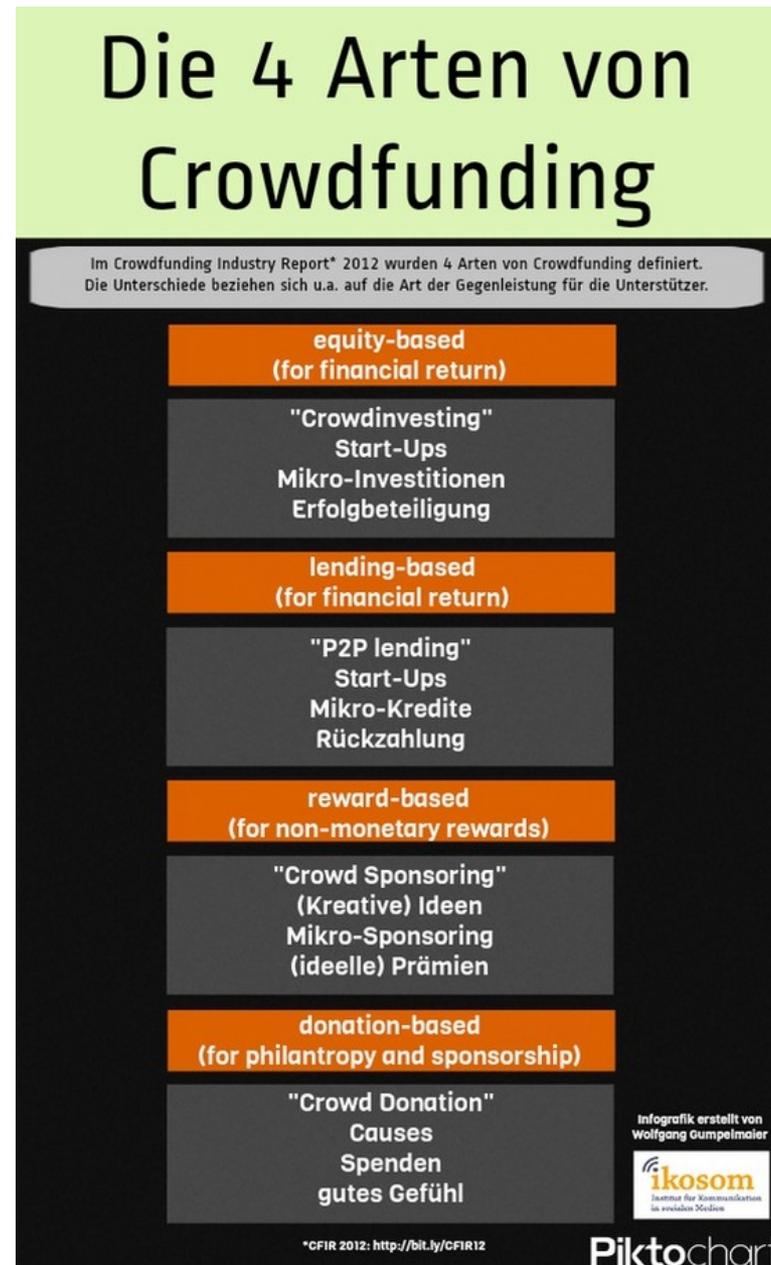
- Das Crowdfunding Volumen hat sich gegenüber dem Vorjahr verdoppelt
- Nordamerika (1,6 Milliarden Dollar) und Europa (945 Millionen Dollar) legten am meisten zu.
- Verteilung auf einzelne Themenbereiche:
 1. soziale Bereiche (27,4%)
 2. Unternehmens-Funding (16,9%)
 3. Film/Theater (11,9%)

Crowdfunding

unterschiedliche Typen

- Equity-based crowdfunding
- Lending-based crowdfunding
- Rewards-based crowdfunding
- Donation-based crowdfunding

II.



Crowdfunding

Beispiele



Verbindung von Liquidität und Marketing!

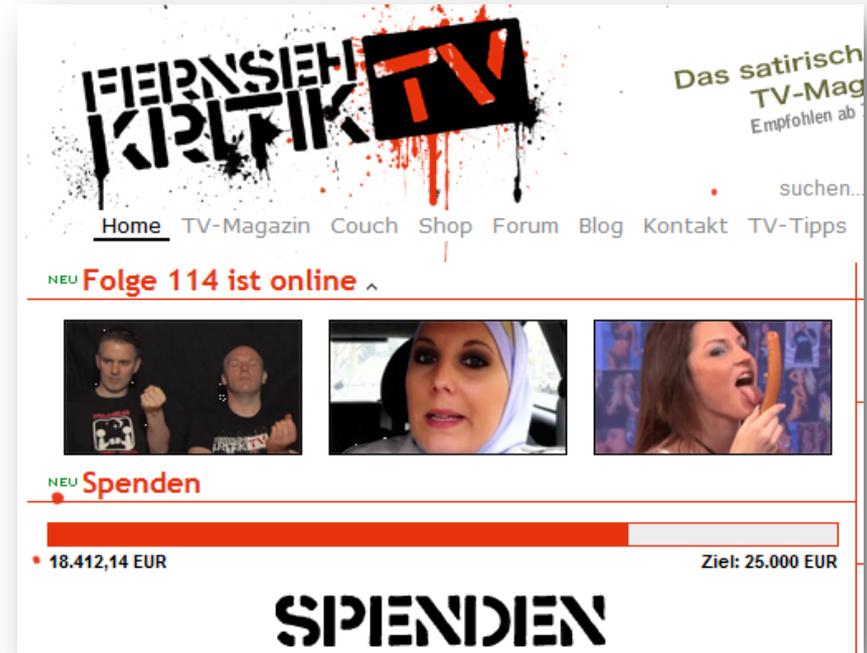
Crowdfunding

hilfreiche Links

- <http://www.ikosom.de/tag/crowdfunding/>
- <http://www.ikosom.de/2013/03/07/crowdfunding-fur-museen-wunschtraum-oder-schon-wirklichkeit/>
- <http://www.crowdfunding.de/plattformen/>

Social Payment

flattr.com, kachingle.com



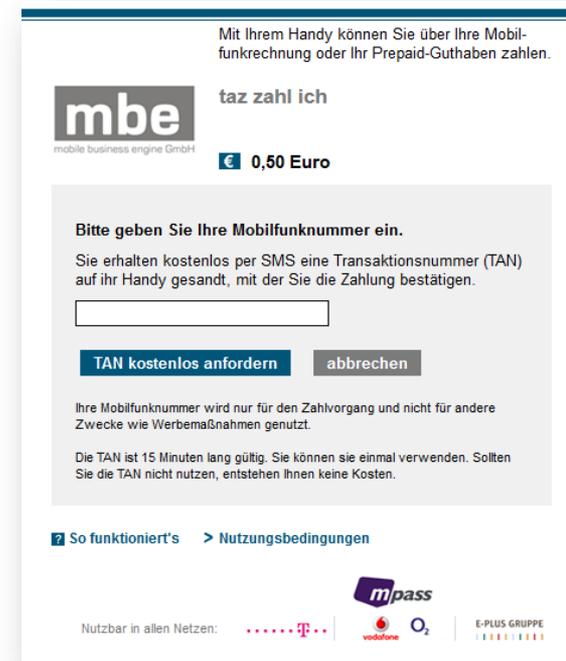
Social Payment

flattr.com, kachingle.com

Flattr




Mobile Payment



Mit Ihrem Handy können Sie über Ihre Mobilfunkrechnung oder Ihr Prepaid-Guthaben zahlen.

mbe mobile business engine GmbH

taz zahl ich

€ 0,50 Euro

Bitte geben Sie Ihre Mobilfunknummer ein.

Sie erhalten kostenlos per SMS eine Transaktionsnummer (TAN) auf ihr Handy gesandt, mit der Sie die Zahlung bestätigen.

TAN kostenlos anfordern **abbrechen**

Ihre Mobilfunknummer wird nur für den Zahlvorgang und nicht für andere Zwecke wie Werbemaßnahmen genutzt.

Die TAN ist 15 Minuten lang gültig. Sie können sie einmal verwenden. Sollten Sie die TAN nicht nutzen, entstehen Ihnen keine Kosten.

[? So funktioniert's](#) [> Nutzungsbedingungen](#)

Nutzbar in allen Netzen:    

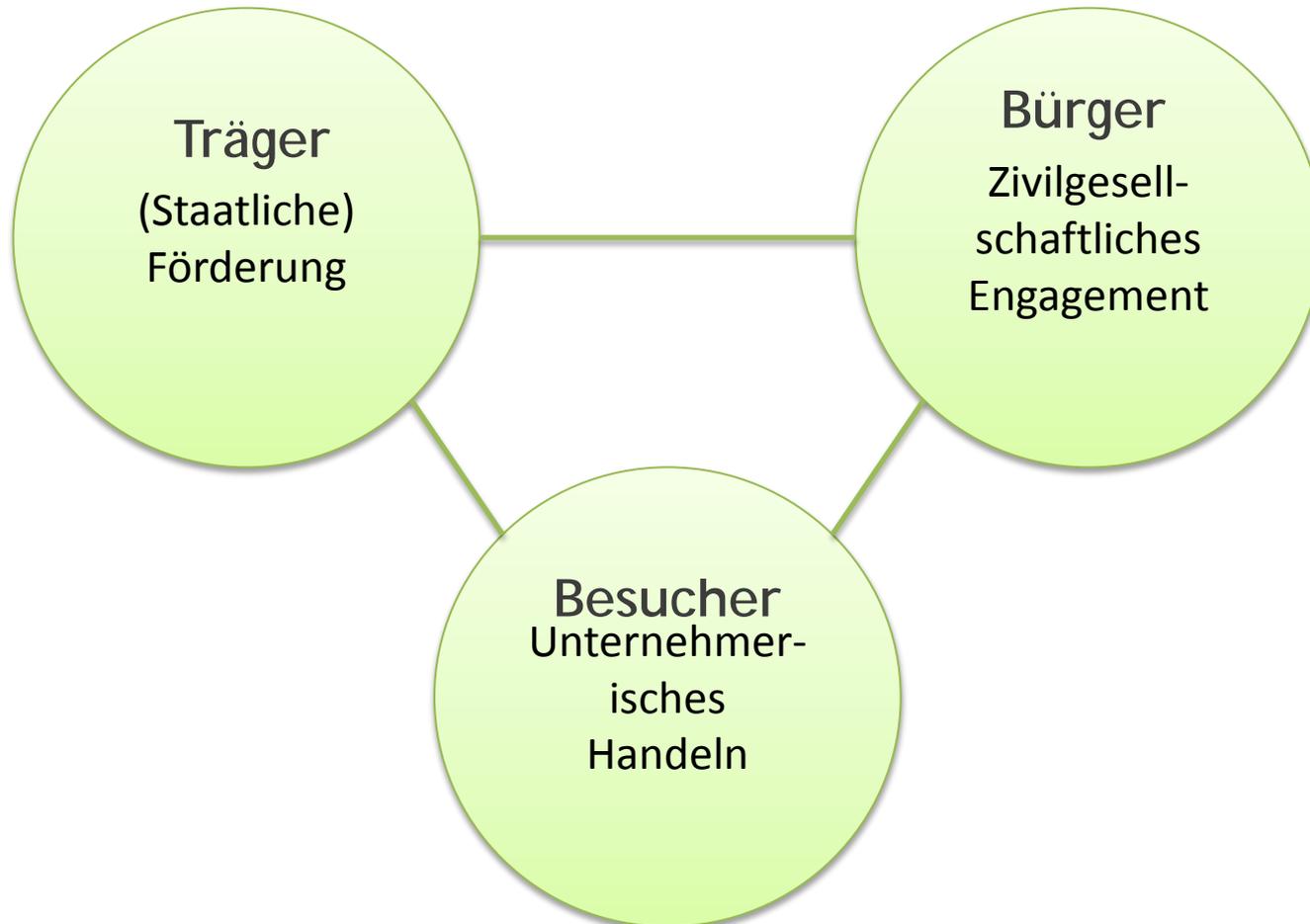
Freiwillig kleine Summen!

Ablauf Workshop

1. Cultural Entrepreneurship - Kultur ein starker Wirtschaftszweig
2. Beispiele von alternativen Geschäftsmodellen
3. Kunden und Produkte/Dienstleistungen aus der Perspektive von Museen
4. (Business Model Canvas)

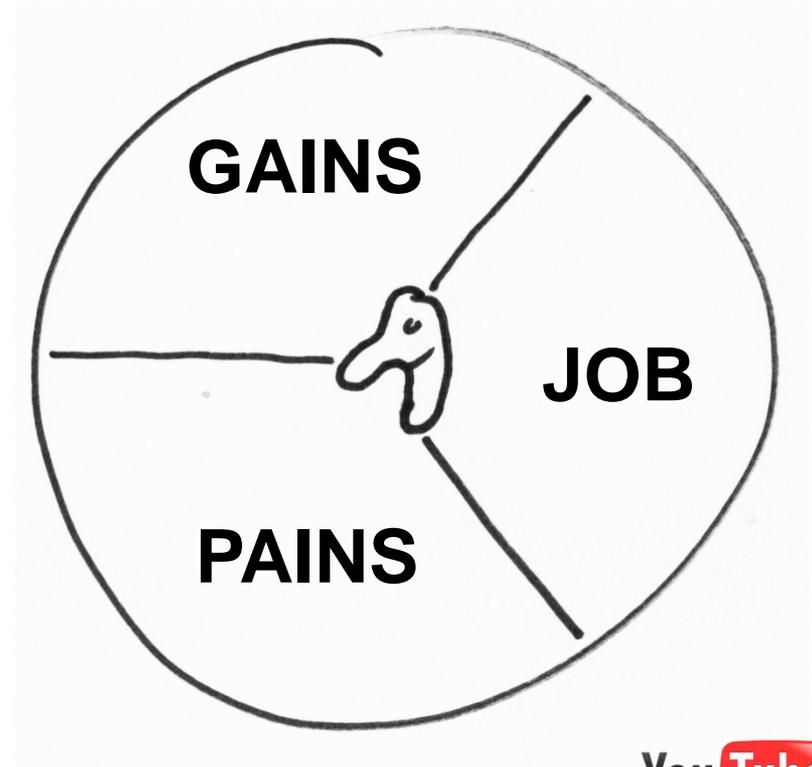
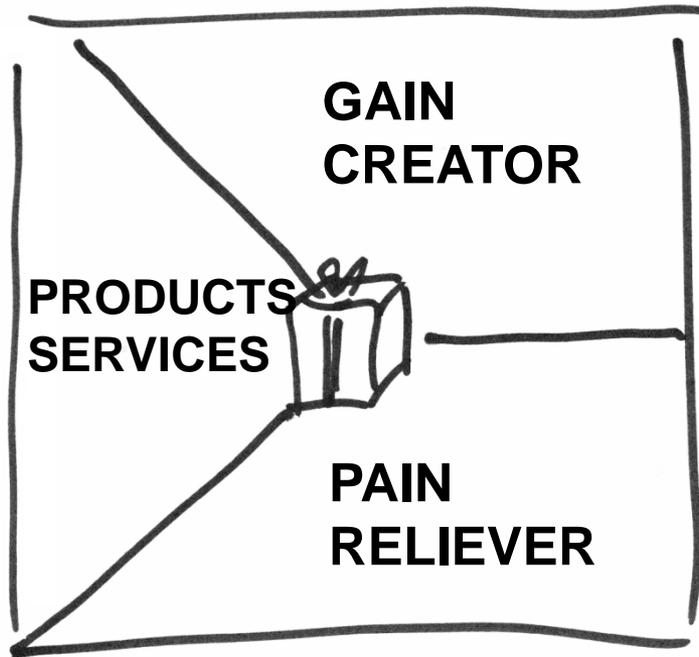
Drei Sektoren der Kultur

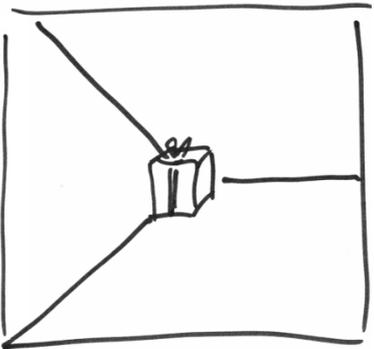
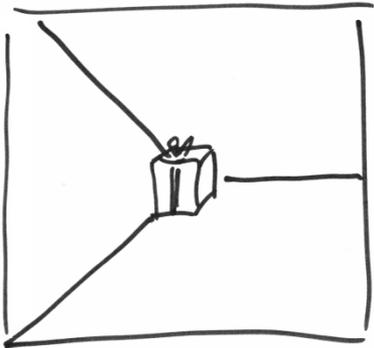
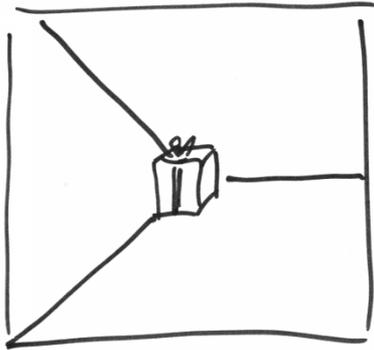
Ausdifferenzierung der Kunden



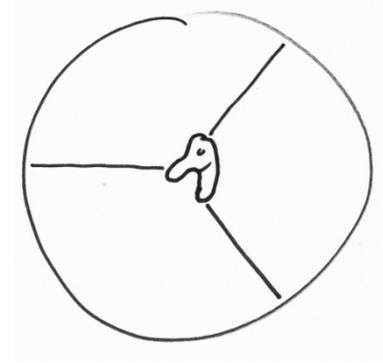
Der Kunde ist König!

Produkte und Dienstleistungen für den Kunden

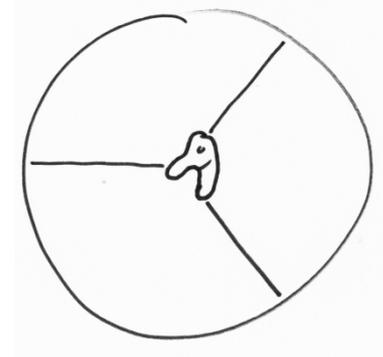




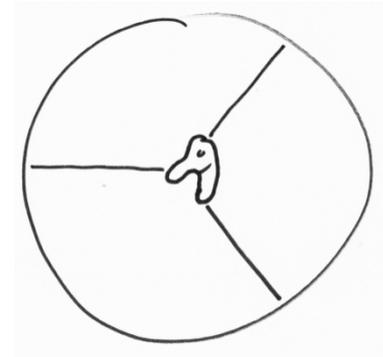
Museum Kultureinrichtung



Träger



Bürger



Besucher

Ablauf Workshop

1. Cultural Entrepreneurship - Kultur ein starker Wirtschaftszweig
2. Beispiele von alternativen Geschäftsmodellen
3. Kunden und Produkte/Dienstleistungen aus der Perspektive von Museen
4. (Business Model Canvas)

Entwicklung von Geschäftsmodellen für Kulturinstitutionen



<i>Schlüssel-partner</i> 	<i>Schlüssel-aktivitäten</i> 	<i>Wertangebote</i> 	<i>Kundenbeziehungen</i> 	<i>Kundensegmente</i> 
	<i>Schlüssel-ressourcen</i> 		<i>Kanäle</i> 	
<i>Kostenstruktur</i> 		<i>Einnahmequellen</i> 		

*Schlüssel-
partner*



*Schlüssel-
aktivitäten*



Wertangebote



*Kunden-
beziehungen*



Kundensegmente



*Schlüssel-
ressourcen*



Kanäle



Kostenstruktur



Einnahmequellen



Herzlichen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit

Holger Simon



Viel Spaß ☺

Pausanio GmbH & Co.KG
Eupenerstraße 165
50933 Köln

www.pausanio.com
www.pausanio-production.de
www.pausanio-akademie.de

0221 / 97 76 30 80
simon@pausanio.com
[@holgsimon](https://www.instagram.com/holgsimon)

Der Workshop wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung 2013 am 23./24. Mai 2013 in der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, Bonn.

Die MAI-Tagung 2013 ist eine Kooperationsveranstaltung des LVR-Fachbereichs Kultur, des LVR-Archivberatungs- und Fortbildungszentrums sowie der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland.

BUNDESKUNSTHALLE



Weitere Informationen unter:

www.mai-tagung.de

Anmeldung für den Newsletter:

www.mai-tagung.de/MAI-Ling

MAI-Ling[®]
<http://www.mai-tagung.de>