



► Nr. VO/2024/13432-01  
öffentlich

Lübeck, 06.08.2024

## Antwort -öffentlich-

Verantwortliche Bereiche:  
4.041.7 - Lübecker Museen

Bearbeitung: Tilmann von Stockhausen (E-Mail: [tilmann.vonstockhausen@luebeck.de](mailto:tilmann.vonstockhausen@luebeck.de) Telefon: 122 - 4141)

## Antwort auf die Anfrage des AM Karin Burakowski (BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN): Öffentlichkeitsarbeit der Kulturstiftung

### Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Status	Zuständigkeit
26.08.2024	Senat	Nichtöffentlich	zur Senatsberatung
09.09.2024	Ausschuss für Kultur und Denkmalpflege	Öffentlich	zur Kenntnisnahme

### Anlass:

Anfrage des AM Karin Burakowski (BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN) zur Öffentlichkeitsarbeit der Kulturstiftung:

Existiert ein aktuelles Konzept für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit der Kulturstiftung und ihrer einzelnen Museen? Wenn ja, bitte stellen Sie dieses Konzept vor.

- Wer ist für die jeweiligen Sparten, Pressemitteilungen, Plakate, Flyer, Social Media etc. zuständig? Bitte erklären Sie uns die Finanzierung, Strukturen und personellen Ressourcen.
- Welche Werbeformate werden genutzt, um Jugendliche, Familien und die Anwohner\*innen in den Stadtteilen Lübecks außerhalb der schulischen Angebote zu erreichen?

Existiert bereits ein Konzept, wie in Zukunft ein jüngeres Publikum sowie gezielt Familien besser erreicht und auf die verschiedenen Angebote aufmerksam gemacht werden sollen?

- Was sind hierfür die Ressourcen?
- Wo liegen die Herausforderungen?
- Wie können wir als Politik Sie dabei unterstützen?

### Antwort:

Derzeit existiert bei der Kulturstiftung der Hansestadt Lübeck kein ausformuliertes Marketingkonzept, für jedes Jahr werden die jeweiligen Schwerpunkte definiert, so lag zuletzt der Schwerpunkt auf digitalem Marketing und e-Ticketing. Grundsätzlich baut das Marketingkonzept auf dem Museumsentwicklungsplan 2020-2030 auf, in dem die Themen Marketing und Öffentlichkeitsarbeit in einem eigenen Kapitel thematisiert werden, ebenso werden Museumsshops und Ticketing angesprochen (S. 12-15). In der Anfangszeit der Kulturstiftung wurden ein gemeinsames Corporate Design entwickelt und erste gemeinsame Werbemedien

entwickelt. Anfang 2023 wurde dieses Corporate Design einer leichten Modernisierung unterzogen. Wichtige gemeinsame Plattform ist die Website der LÜBECKER MUSEEN, hinzu kommen seit einigen Jahren Newsletter und Social Media, die jeweils für ein Haus arbeiten und auch bestimmte Interessengruppen ansprechen. Mit den privaten Museen in der Stadt und der LTM wird eng zusammengearbeitet, so konnte im Frühjahr dieses Jahres in Kooperation eine Imagebroschüre erscheinen, die als Beilage in der Wochenzeitung „DIE ZEIT“ distribuiert wurde.

Die Pressearbeit wird bei den LÜBECKER MUSEEN zentral gesteuert. Hierfür steht eine Stelle mit 30 Stunden zur Verfügung, zudem eine halbe Stelle für Social Media, die komplett aus Drittmitteln finanziert wird.

Auch das Budget für Marketing wird komplett über Drittmittel finanziert. Hierfür werden jährlich rund 150.000 bis 180.000 Euro eingeworben. Das Marketing wird durch einen städtischen Mitarbeiter mit einer vollen Stelle vertreten.

Derzeit existieren für den gesamten Museumsverbund bereits vereinzelte Werbeformate ausschließlich für Familien und Kinder, hier sollen aber zeitnah die Programme ausgebaut und zielgruppenspezifische Angebote entwickelt werden, die dann auch entsprechend vermarktet werden. Der Ausbau der Programme erfolgt im Zusammenhang mit der Erstellung eines Konzeptes, wie die Zielgruppe junges Publikum stärker angesprochen werden kann. Diese Konzeptarbeit, insbesondere die Entwicklung von Kooperationen mit Kitas und Schulen, aber auch mit außerschulischen Jugendeinrichtungen, wird ein Aufgabenschwerpunkt der neuen Stelle im Bereich Bildung und Vermittlung sein, die ab dem 1.10. besetzt sein wird.

An einzelnen Häusern wurden schon zahlreiche Angebote speziell für Kinder entwickelt und auch zielgruppenspezifisch beworben. Grundsätzlich wäre zukünftig eine Verbesserung der personellen und finanziellen Ressource insbesondere im Bereich Social Media im Rahmen der Möglichkeiten der Hansestadt Lübeck erstrebenswert.

#### **Anlagen:**

Senatorin Monika Frank