

Wie kommt mehr Publikum in eine Galerie?

Wie kann man für eine soziale Einrichtung Sponsoren finden? Wie lockt man mehr Publikum in eine Galerie? Im neuen Masterstudiengang "Werbung interkulturell" an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt beschäftigen sich die Studenten unter anderem mit diesen Fragen.

In ihrem Seminar "Werbung und Öffentlichkeitsarbeit in Theorie und Praxis", das am Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft als Praxisprojekt läuft, ermöglicht Stefanie Potsch-Ringeisen den Studierenden, die den international ausgerichteten Studiengang gewählt haben, einen genauen Blick in die Praxis. Dafür fließen auch Forschungsergebnisse aus vorherigen Projekten, etwa über Markennamen, ein. Genutzt wurde in der konkreten Arbeit im ersten Semester unter anderem für Befragungen auch die E-Learning-Plattform der Universität.

So beschäftigten sich die Studenten in ihrem ersten Semester in vier Eichstätter sozialen und kulturellen Einrichtungen mit deren aktuellen Problemstellungen und Anforderungen an Werbung in eigener Sache. Die Einrichtungen wurden hinsichtlich ihres Potenzials der Öffentlichkeitsarbeit analysiert, es wurden dabei Ziele definiert und anschließend auch konkrete Maßnahmen erarbeitet und den Betroffenen vorgeschlagen.

Und das heißt für das Kinderdorf Marienstein laut Studentin Anne Hillmer: "Die Bekanntheit steigern und das Image verbessern." Zusätzlich wäre ein Freundeskreis zur finanziellen und praktischen Förderung hilfreich. Ausgangspunkt der Untersuchung war, dass Kinderdorf-Leiter Bernardin Porstner künftig mehr Gastfamilien für seine Zöglinge finden will.



Vorschläge für die Öffentlichkeitsarbeit unterbreiteten Studierende des Praxisprojektes von Dozentin Stefanie Potsch-Ringeisen (links) den Leitern sozialer und kultureller Einrichtungen in Eichstätt. - Foto: mkh

In die Galerie Durynek & Kammler sollten in der Zukunft nicht nur potenzielle Kunden für die Kunstwerke, sondern auch Kunstinteressierte den Weg finden, hießen die Anregungen für Galerist Arnold Kammler. Er hatte als Ziel definiert, den "Graben zwischen Stadt und Uni" zu schließen. Deshalb sollten auch mehr Studenten in die Galerie gelockt werden.

Eine engere interne Vernetzung und eine überarbeitete Homepage sollen Maria Lechner vom Montessori-Trägerverein helfen, den Umzug der Montessori-Schule an das Seidlkreuz öffentlichkeitswirksam besser zu begleiten. Auf diese Weise könnten auch weitere Sponsoren angeworben werden, erläuterte Student Tammo Zok das Ergebnis der Untersuchungen der Projektgruppe um Stefanie Potsch-Ringeisen. ? mkh