

# Spannungsfeld Musikverein aus Marketingsicht

Ideen-Forum BVH

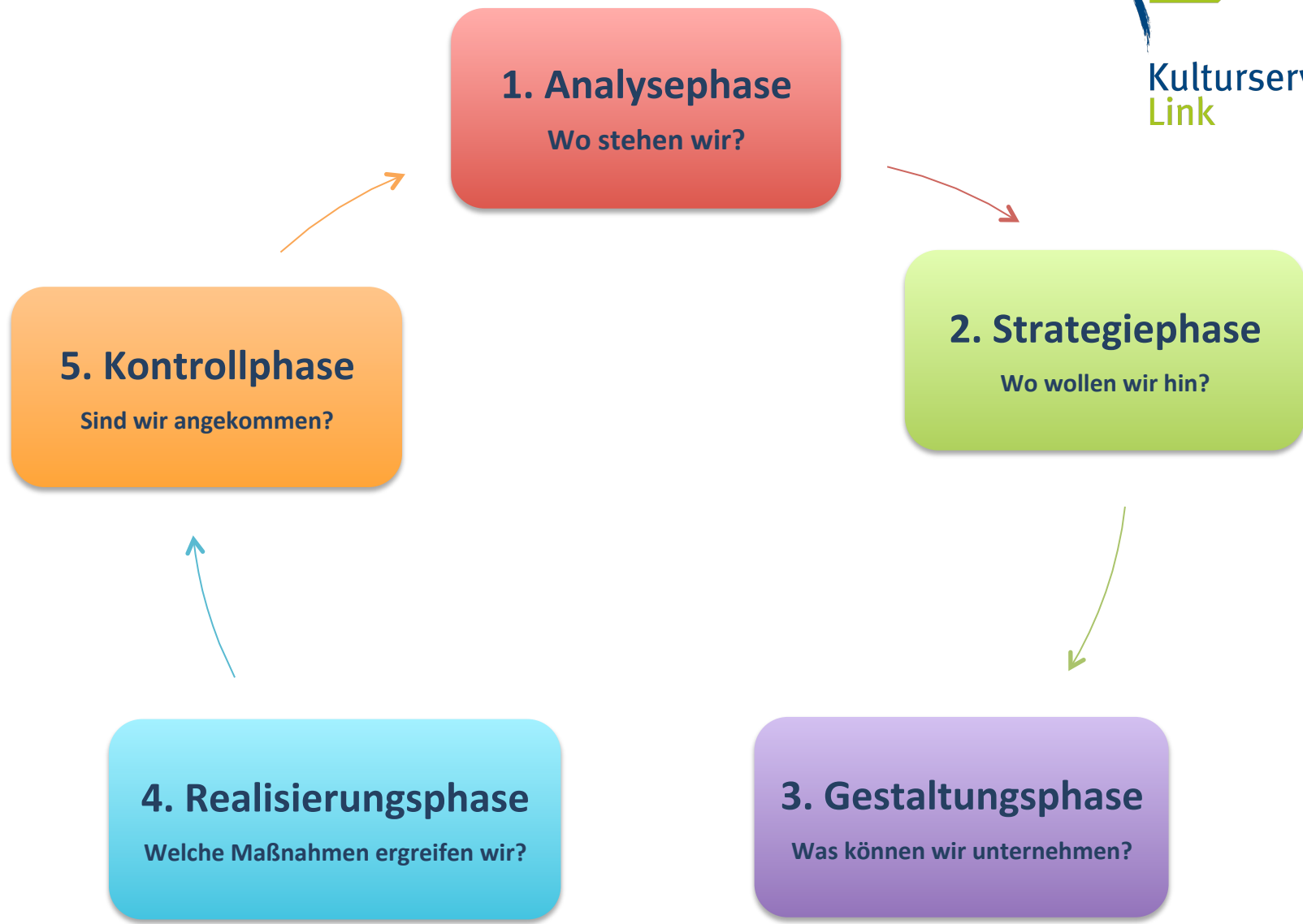


„Alle Aktivitäten eines Unternehmens – in Werbung, Analyse und gezielter Produktentwicklung – die das Ziel haben, den Absatz zu erhöhen.“





# Was ist unsere Mission?



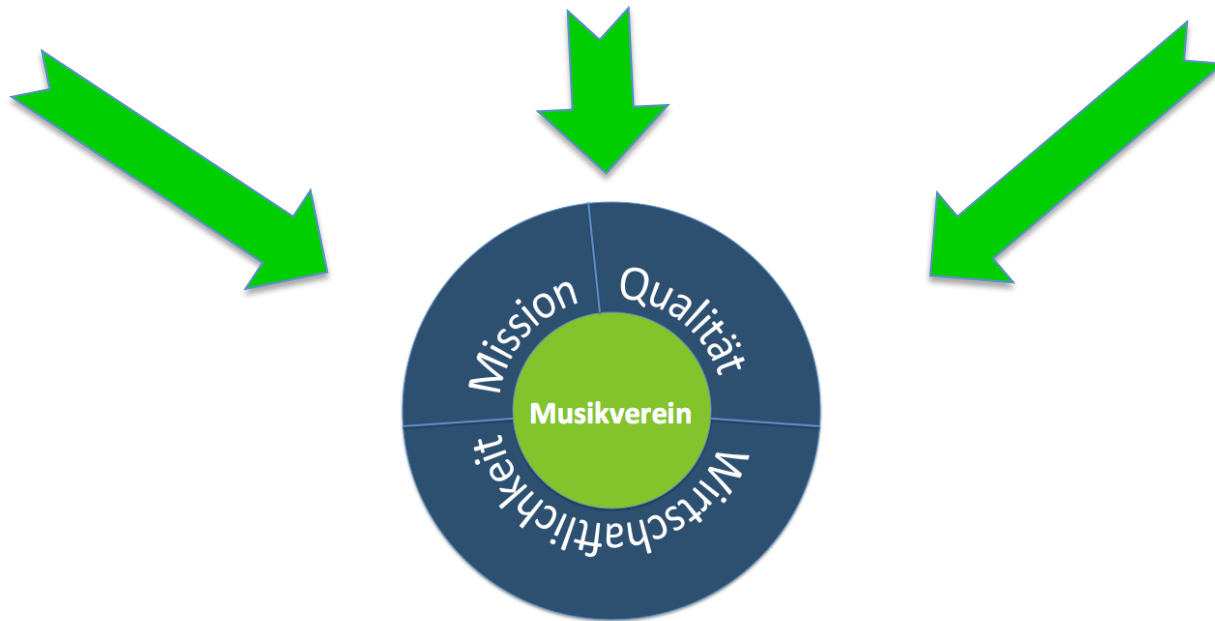


# Marketing im Musikverein

1. Ressourcenpolitik

2. Absatzpolitik

3. Kommunikationspolitik





# Marketing im Musikverein



## 1. Ressourcenpolitik

### - *Personalpolitik*

Interne Kommunikation

Ehrenamtliche finden & binden

Vereinsorganigramm & Aufgabenverteilung

Leitbildentwicklung & Implementierung

### - *Finanzpolitik*

Fundraising, Sponsoring

Passive Mitglieder, Förderverein

Zuschüsse Verband, Öffentl. Gelder

### - *Partnerschaften & Kooperationen*

Musikschulen, Schulen, Gemeinde,  
Jugendorganisationen

# Marketing im Musikverein

## 2. Absatzpolitik

### - *Leistungspolitik*

Ausbildung und Weiterbildung

Proben, Registerproben

Wertungsspiele, Wettbewerbe

Alles was dazu dient, die Musik voranzubringen

### - *Preis- & Gebührenpolitik*

Mitgliedsbeiträge

Eintrittsgelder

Ausbildungsgebühren

Instrumentenmiete

### - *Vertriebspolitik*

Organisation, Besetzung, Logistik, Räume

# Marketing im Musikverein



## 3. Kommunikationspolitik

- Institutionelle  
Kommunikation

Corporate Identity, Corporate Design  
Erscheinungsbild

- Marketingkommunikation

Werbung print und online  
Social Media  
Pressearbeit, PR

- Dialogkommunikation

Konzerte, Events, Veranstaltungen  
Persönliche Kommunikation  
Social Media  
Mitgliederbindung

# Marketing-Mix im Musikverein

## 1. Ressourcenpolitik

- **Personalpolitik**
  - Internes Marketing
  - Ehrenamtliche finden & binden
  - Vereinsorganigramm & Aufgabenverteilung
  - Leitbildentwicklung & Implementierung
- **Finanzpolitik**
  - Fundraising, Sponsoring
  - Passive Mitglieder, Förderverein
  - Zuschüsse Verband, öffentliche Gelder
- **Partnerschaften & Kooperationen**
  - Musikschulen, Schulen, Gemeinde, Jugendorganisationen

## 2. Absatzpolitik

- **Leistungspolitik**
  - Ausbildung, Weiterbildung
  - Proben, Registerproben
  - Wertungsspiele, Wettbewerbe
  - Alles was dazu dient, die Musik voran zu bringen
- **Preis- & Gebührenpolitik**
  - Mitgliedsbeiträge
  - Eintrittsgelder
  - Ausbildungsgebühren
  - Instrumentenmiete
- **Vertriebspolitik**
  - Organisation, Besetzung, Logistig, Räume

## 3. Kommunikationspolitik

- **Institutionelle Kommunikation**
  - CD, CI
  - Erscheinungsbild
- **Marketingkommunikation**
  - Werbung print und online
  - Social Media
  - Pressearbeit, Öffentlichkeitsarbeit
- **Dialogkommunikation**
  - Konzerte, Events, Veranstaltungen
  - Persönliche Kommunikation
  - Mitgliederbindung



# Externe Kommunikation oder „Klappern gehört zum Handwerk“



## 1. Eventbezogene „Kommunikation“

Werbung für unsere Konzerte  
und sonstigen Veranstaltungen

## 2. Imagebezogene „Kommunikation“

- Corporate Identity
- Corporate Design
- Permanente externe Kommunikation

# Beispiel: SBO Ludwigshafen

Logo



SINFONISCHES BLASORCHESTER  
**LUDWIGSHAFEN**

# Beispiel: SBO Ludwigshafen

## Plakate / Konzertprogramm



### KONZERT IM PFALZBAU

18. OKTOBER 2015  
17.30 UHR

David Maslanka | Fanfare  
**MOTHER EARTH**

Michael Daugherty | Konzert für Pauke  
**RAISE THE ROOF**

Jan van der Roost  
**FROM ANCIENT TIMES**

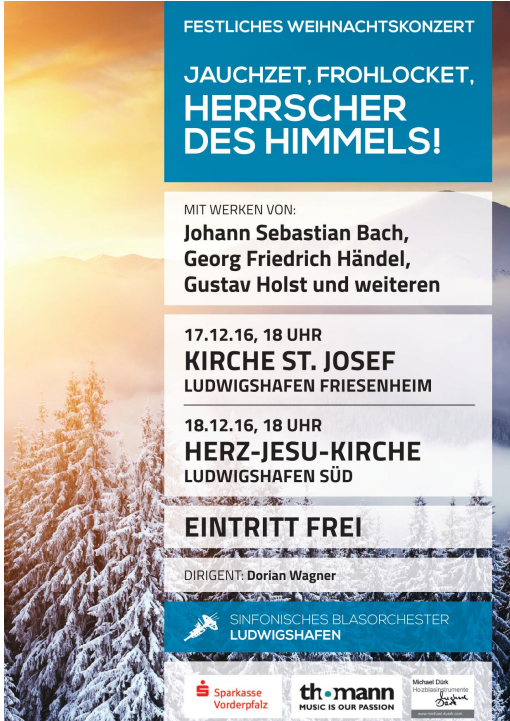
Antonín Dvořák | Symphonie Nr. 9 in e-Moll, op. 95  
**AUS DER NEUEN WELT**

SOLIST: **Dominique Civiotti**, Pauke  
DIRIGENT: **Dorian Weißinger**

Tickets unter [tickets@sbo-lu.de](mailto:tickets@sbo-lu.de) | 14 € / 7 € erm.

SINFONISCHES BLASORCHESTER  
LUDWIGSHAFEN

facebook.com/SBOLudwigshafen



### FESTLICHES WEIHNACHTSKONZERT

## JAUCHZET, FROHLOCKET, HERRSCHER DES HIMMELS!

MIT WERKEN VON:  
**Johann Sebastian Bach,  
Georg Friedrich Händel,  
Gustav Holst und weiteren**

17.12.16, 18 UHR  
**KIRCHE ST. JOSEF  
LUDWIGSHAFEN FRIESENHEIM**

18.12.16, 18 UHR  
**HERZ-JESU-KIRCHE  
LUDWIGSHAFEN SÜD**

**EINTRITT FREI**

DIRIGENT: **Dorian Wagner**

SINFONISCHES BLASORCHESTER  
LUDWIGSHAFEN

Sparkasse  
Vorderpfalz

th-mann  
MUSIC IS OUR PASSION

Michael Disk  
Musikinstrumente  
Dörflinger



### ROLF RUDIN

## REQUIEM, op. 70

FÜR CHOR UND BLASORCHESTER

MIT WEITEREN WERKEN VON  
**GUSTAV MAHLER, JOHAN DE MEIJ  
UND ZOLTÁN KODÁLY**

MARGARETE ESCHLI  
MEZZOSOPRAN

JULIANE SANTA  
KONZERTCHOR DER STADT MANNHEIM

DORIAN WAGNER  
SINFONISCHES BLASORCHESTER LUDWIGSHAFEN

06. MAI 2017, 20 UHR  
FRIEDENSKIRCHE LUDWIGSHAFEN

07. MAI 2017, 19 UHR  
CITYKIRCHE KONKORDIEN MANNHEIM

VVK-E-Mail: [tickets@sbo-lu.de](mailto:tickets@sbo-lu.de)  
Preise: VVK 14 € / 7 € erm., AK 18 € / 9 € erm.

MUSIKSCHULE MANNHEIM <sup>2</sup>

SINFONISCHES BLASORCHESTER  
LUDWIGSHAFEN

# Beispiel: SBO Ludwigshafen

Homepage



**SINFONISCHES  
BLASORCHESTER  
LUDWIGSHAFEN**

- ORCHESTER >
- INFOS >
- TERMINE >
- PRESSE >
- FÖRDERER UND PARTNER
- KONTAKT >
- NEUIGKEITEN

f

**NÄCHSTES KONZERT:**

**ROLF RUDIN  
REQUIEM, op. 70  
FÜR CHOR UND BLASORCHESTER**

06.05.2017 20.00 UHR  
07.05.2017 19.00 UHR

**MEHR INFOS**      **TICKETS KAUFEN**

Samstag, 06.05.2017 / 20.00 UHR Friedenskirche Ludwigshafen  
Sonntag, 07.05.2017 / 19.00 UHR Citykirche Konkordien Mannheim



# Beispiel: SBO Ludwigshafen

## Blog



SYMPHONISCHES  
BLASORCHESTER  
LUDWIGSHAFEN

- ORCHESTER >
- INFOS >
- TERMINE >
- PRESSE >
- FÖRDERER UND PARTNER >
- KONTAKT >
- NEUIGKEITEN

f

NÄCHSTES KONZERT:

WOLFGANG AMERBACH  
**REQUIEM**, op. 70  
FÜR CHOR UND BLASORCHESTER

MIT AMERBACHS VIEL-  
GUTERWEISEN, SEINER DEER  
UND ZUKUNFTS WOLDF!

MARGARETE LÜLLI  
REQUIEM  
FÜR CHOR UND  
BLASORCHESTER  
KOMPOSITUR VON WOLFGANG  
AMERBACH

DI, 14. NOV 2017, 20 UHR  
FRIEDRICHSCHE LUDWIGSHAFEN  
DI, 14. NOV 2017, 18 UHR  
EFFYRIKHEIT BEI DEN KONZERTEN

ICH HABE WUNDERBAR  
FÜR SIE GEMACHT

„KUNST IM MANNHEIMER“  
LUDWIGSHAFEN

READ MORE SHARE



4. Oktober 2016 | In News

### SOLISTEN UND ORCHESTER FREUEN SICH AUF „HYMN OF THE HIGHLANDS“

Philip Sparkes „Hymn of the Highlands“ ist in vielerlei Hinsicht ein sehr außergewöhnliches Werk und einer der Höhepunkte bei unserem diesjährigen Konzert im Pfalzbau. Sparke hält dabei in sieben Sätzen seine Eindrücke von den schottischen Highlands fest: malerische Ortschaften, majestätische Schlösser und raue Gebirge...

READ MORE SHARE



READ MORE SHARE



15. November 2016 | In Allgemein

### CD-AUFNAHME: SBO LU SPIELT „COSMIC VOYAGER“ EIN


Vergangenes Wochenende hat das SBO LU das Werk „Cosmic Voyager“ des Mannheimer Komponisten Kim-Dirk Linsenmeier bei einer professionell durchgeführten...

READ MORE SHARE



# Beispiel: SBO Ludwigshafen

## Facebook



**Sinfonisches Bläserorchester Ludwigshafen**  
@SBOLudwigshafen

Startseite  
Veranstaltungen  
Info  
Fotos  
Beiträge  
„Gefällt mir“-Angaben  
Eine Seite erstellen

Fotos Alle anzeigen

### „Ich bin ein Vereinsmensch“

**LIEDERMAN** Marco Merz spielt im Sinfonischen Bläserorchester Ludwigshafen die Tuba – Im Mai Konzert in der Friedenskirche

**Zur Sache: Sinfonisches Bläserorchester**

499 Personen gefällt das

Info Alles anzeigen

[www.sbo-lu.de/](http://www.sbo-lu.de/)  
MusikerIn/Band

PERSONEN >

499 „Gefällt mir“-Angaben

DEN PERSONEN GEFAHLEN EBENFALLS

**Adler Mannheim Fanprojekt**  
Freizeit und Fitness

**Bläserhilfsharmonie Deutsche W**

Beiträge Alle anzeigen

# Beispiel: SBO Ludwigshafen

## Werbeflyer für neue Mitspieler



SINFONISCHES BLASORCHESTER  
LUDWIGSHAFEN

### SUCHT NEUE MITSPIELER!

Gesucht: Insbesondere Schlagwerk und Klarinette  
Fragen? [info@sbo-lu.de](mailto:info@sbo-lu.de) oder [www.sbo-lu.de](http://www.sbo-lu.de)

Proben: Montags 19.30-21.30, Aula Rheinschule Ludwigshafen

# Was soll kommuniziert werden?

## Aktivitäten der Jugend:

- Berichte von Vorspielen und Konzerte innerhalb und außerhalb der Gemeinde
- Bericht aus der Probe
- Erfolge bei Jugend Musiziert oder JMLA
- Berichte von Ausflügen
- Vorstellungen von Verantwortlichen in der Jugendarbeit (Jugendvorstand, Dirigent, Jugendleiter)
- Vorstellung von Musikern die ein sogenanntes „Mangelinstrument“ mit Begeisterung spielen (Tuba, Oboe, Horn)

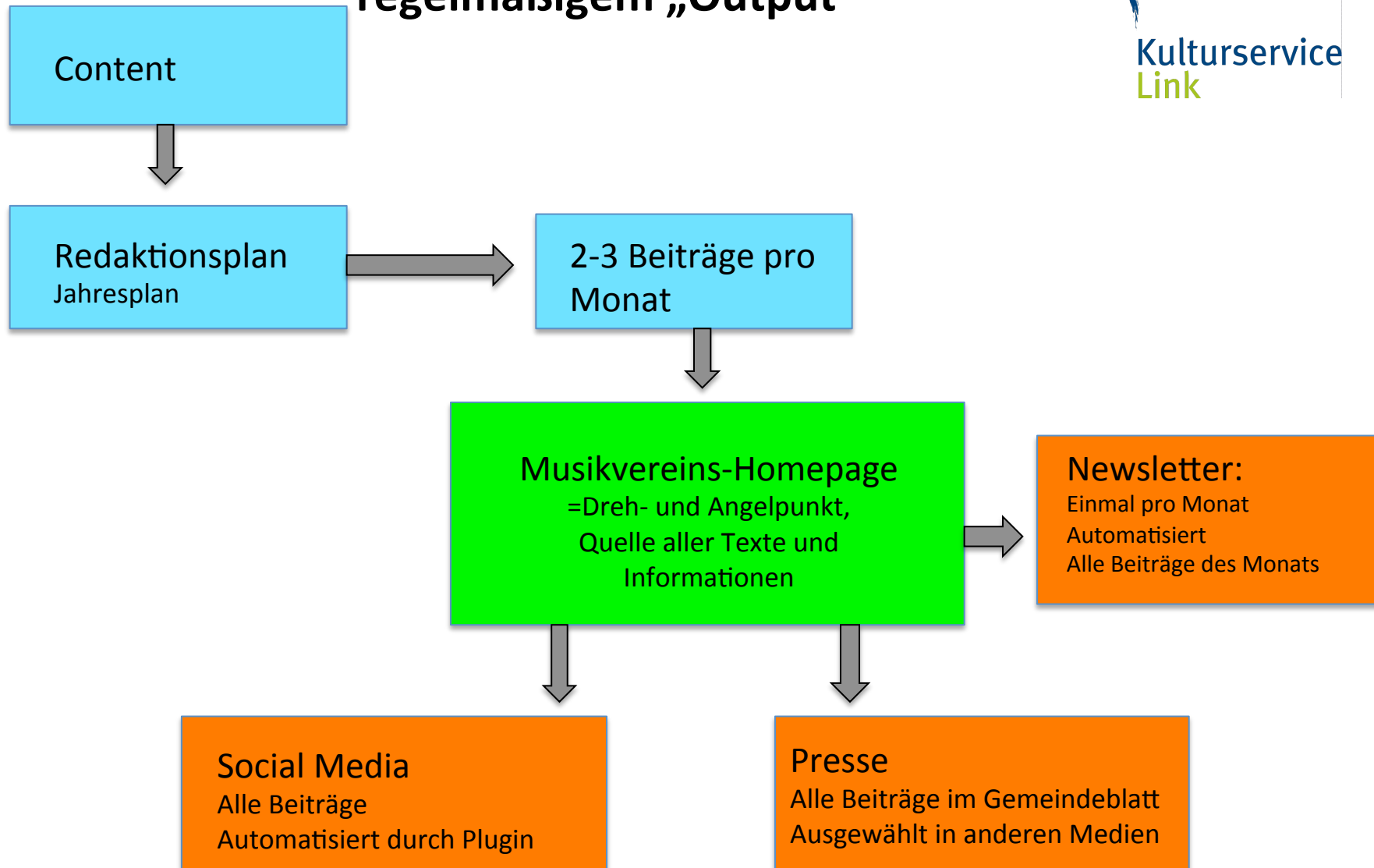
# Was soll kommuniziert werden?



## Aktivitäten Hauptorchester

- Jubilare, die einen „runden“ Geburtstag feiern
- Berichte von Standkonzerten
- Berichte von Ausflügen
- Berichte von Konzerten / Auftritten außerhalb der Gemeinde
- Aufrufe zum Mitspielen im Orchester / Musikverein
- Werbung passive bzw. fördernde Mitglieder
- Musikerporträts
- Dirigentenporträt
- Berichte über Personen, die eine blasmusikalische Fortbildung besucht haben
- Probentermine
- Porträts von Verantwortlichen
- Berichte von Erfolgen bei z. B. Wertungsspielen

# Imagewerbung mit regelmäßigem „Output“



# Kommunikationskanäle

## Social Media



## Presse

- Gemeindeblatt / Stadtanzeiger
- Tageszeitung
- Wochenzeitungen (Gratis-Blätter)
- Fachzeitschriften: Die Blasmusik, Eurowinds, Clarino

## Online-Magazine

# Zusammenfassung

1. Es ist wichtig für den Fortbestand und den weiteren Ausbau des Musikvereins permanent in der Öffentlichkeit präsent zu sein
2. Ein Redaktionsplan unterstützt die Regelmäßigkeit und hilft bei der Verteilung der Arbeit auf viele Schultern
3. Die Homepage ist das wichtigste Medium für den Musikverein. Von hier aus können Textbeiträge mit Fotos und / oder Videos im Idealfall automatisiert über Social-Media-Kanäle und über einen Newsletter zeitsparend verteilt werden.
4. Das Posten der Beiträge auf den Social-Media-Kanälen sorgt für „Traffic“ auf der Homepage.
5. Die Beiträge, die für die Homepage geschrieben werden, können an jeweils ausgewählte Printmedien oder Online-Journale mit der Bitte um Veröffentlichung geschickt werden.



„Das Engagement ehrenamtlich Mitarbeitender beruht in der Regel auf der Identifikation mit den Grundsätzen und Traditionen der Organisation.“



Internationaler  
Blasmusik Kongress

18. – 21.01.2018  
Neu-Ulm  
Edwin-Scharff-Haus

[www.ib-kongress.com](http://www.ib-kongress.com)

# Danke!



***Buchtipp:***

Manfred Bruhn

**Marketing für Nonprofit-Organisationen**

*Grundlagen – Konzepte – Instrumente*

[www.blasmusikblog.com](http://www.blasmusikblog.com)

[www.kulturservice.link](http://www.kulturservice.link)