

Kunst als Wettbewerbsfaktor

Kunst und Kultur sind hervorragend geeignet, um sich am Markt zu positionieren, sich ins Gespräch zu bringen und um Kundenbindung zu betreiben. Markenpolitik, Customer Relationship-Marketing und Public Relations sind zunächst die wichtigsten Bereiche, die an dieser Stelle genannt werden. Gerade jedoch im Dienstleistungsmarketing macht diese Art der Kunstimplementierung in ein erfolgreiches Marketing Sinn. In zahlreichen Artikeln wurde daher von mir die Ausstrahlkraft der Kunst und Kultur in die Produktpolitik, Preis- und Distributionspolitik sowie in die Kommunikationspolitik ausgewiesen. Vorträge zu bspw. Vernissagen, Seminare, Referate und Beratung wird daher in diesem Kompetenzbereich zur Verfügung gestellt.

Gern können auch bisher erschienene Fachartikel und Buchveröffentlichungen gegen Gebühr hierzu angefordert werden.