



JAN 2024

# PRAXIS BERICHT

BUSINESS CASE Frame Art GmbH

ZUM THEMA „Entwicklung eines  
Marketing-Mix für die Kunstgalerie mit  
Werkstatt Frame Art GmbH“

Projektteam: Felix Braun, Nicolai Kownatzki und  
Julian Wiethop

Projektkoordination: Michael Edelbüttel

# AUSGANGSLAGE & ZIELSETZUNG

Die Frame Art GmbH, eine Kunstgalerie für moderne Kunst und Pop Art wurde 2016 in Heilbronn gegründet. Die Galerie bietet ein breites Spektrum an Dienstleistungen an, darunter der Verkauf von Kunst, Einrahmungen in der hauseigenen Rahmenwerkstatt sowie Objektausstattungen für Hotels oder Restaurants, wo bei der Hauptumsatz mit der Rahmenerstellung generiert wird.

Der Projektauftrag und die Zielsetzung der Arbeit beinhaltete, die Bekanntheit sowie das Umsatzpotenzial der Frame Art GmbH zu erhöhen und die Marktposition zu stärken. Dabei sollte zunächst eine Analyse der Ist-Situation erfolgen, auf deren Basis Handlungsempfehlungen konzeptioniert werden.

# ANALYSE

Als Grundlage für die späteren Handlungsempfehlungen wurde im Rahmen der Ist-Analyse die Ausgangssituation beschrieben und eine Wettbewerbsanalyse durchgeführt. Die Analyse der Ausgangssituation orientierte sich am erweiterten Marketing-Mix und umfasste die Bereiche „Produkt“, „Preis“, „Promotion“, „Distribution“, „Personal“ sowie „Ausstattung“. Als Informationsquellen dienten der Online- und Social-Media-Auftritt der Frame Art GmbH, das Kick-Off-Gespräch mit Herrn Bauer sowie ein Fragebogen zur Ist-Situation. Der Fokus der Kunstgalerie liegt auf dem Verkauf von Kunstwerken sowie der Rahmung, wobei in der Regel wenig, bis kein Spielraum bei der Preisgestaltung der jeweiligen Produkte besteht. Die Kommunikation mit den Kunden erfolgt unter anderem über das Ladengeschäft, die Homepage, den Facebook-Account sowie den Newsletter und soll durch verschiedene Maßnahmen optimiert und ausgebaut werden. Betrachtet man den Vertrieb der Produkte, so erfolgt dieser mit Ausnahme der Objektausstattung ausschließlich über das Ladengeschäft in Heilbronn. Es besteht keine Möglichkeit, Kunstwerke über einen Online-Shop zu erwerben. Neben Herrn Bauer beschäftigt die Frame Art GmbH einen Kunstschreiner für die Rahmenherstellung sowie eine Galerieleitung, die sich beispielsweise um die Angebotserstellung oder die Galerieeinrichtung kümmert. Ergänzend zur Ausgangssituation wurden drei weitere Kunstgalerien analysiert. Durch die Wettbewerbsanalyse konnten wichtige Erkenntnisse über deren Internet-, Social Media- und Google-Präsenz sowie die angebotenen Dienstleistungen gewonnen werden, die zusammen mit den Ergebnissen der Analyse der Ausgangssituation in die Konzeption der Handlungsempfehlungen eingeflossen sind.

# HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Die Handlungsempfehlungen werden nach ihrer Relevanz und Fristigkeit in kurzfristige und langfristige Handlungsempfehlungen unterteilt.

Die kurzfristigen Handlungsempfehlungen zeichnen sich dabei durch eine schnelle Umsetzbarkeit sowie eine geringe Komplexität aus und umfassen die Nutzung von Social-Media-Kanälen bzw. die zeitnahe Erstellung eines Instagram-Profiles sowie die Überarbeitung der Unternehmenshomepage. Diesen empfohlenen Maßnahmen wird eine höhere Priorität zugeordnet. Mit der Erstellung eines Instagram-Profiles wird eine Erhöhung der Sichtbarkeit der Frame Art GmbH durch die regelmäßige Erstellung von Beiträgen, die Interaktion mit potenziellen Kunden und weiteren Akteuren der regionalen Kunstszene sowie die Nutzung der von Instagram zur Verfügung gestellten Daten erwartet. Mit der Neugestaltung der Homepage soll eine stärkere Kundenbindung durch eine verbesserte Sichtbarkeit des Newsletters, eine Übersicht über Veranstaltungen und News, eine Verlinkung zu Social Media und eine Vorstellung der Frame Art GmbH und ihrer Mitarbeiter/innen erreicht werden. Durch die Darstellung von Kaufargumenten für Kunst und eine ausführlichere Darstellung der Leistungen und Vorteile der Produkte „Einrahmung“ und „Objektausstattung“ soll die Kaufbereitschaft der Kunden erhöht werden.

Die langfristigen Handlungsempfehlungen hingegen zeichnen sich durch einen teilweise längeren Planungshorizont für die Umsetzung, sowie eine geringere Relevanz im Vergleich zu den anderen Maßnahmen aus. Die Handlungsempfehlungen umfassen hier das Eventmarketing, Kooperationen mit Bildungseinrichtungen, den Aufbau eines Onlineshops und die Nutzung von

Pinterest. Mit dem Eventmarketing kann die Frame Art GmbH durch die Organisation und Teilnahme an Events die Kundenbindung und das Image verbessern. Durch Kooperationen mit Bildungseinrichtungen sollen neue Talente gefördert und eine Verankerung in der jungen Kunstszene erreicht werden. Der Aufbau eines Online-Shops würde es den Kunden ermöglichen, die angebotenen Kunstwerke auch außerhalb der Galerie zu erwerben. Die letzte langfristige Handlungsempfehlung bezieht sich auf die Nutzung von Pinterest, um auf dieser Plattform visuell ansprechende Inhalte wie Kunstwerke, Rahmenoptionen sowie Einrichtungsideen zu präsentieren und die Nutzer zu inspirieren. Durch die Verlinkung mit der Homepage und den sozialen Medien können potenziellen Kunden weitere Informationen zur Verfügung gestellt und die Kaufbereitschaft erhöht werden.

# FAZIT & AUSBLICK

Zusammenfassend konnte für die FrameArt GmbH erhebliche Marketingpotenziale identifiziert werden, die zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und damit auch des Umsatzes beitragen. Der Fokus sollte dabei auf der effektiven Nutzung digitaler Kommunikationskanäle, der Überarbeitung des Online-Auftritts sowie auf regelmäßigen Veranstaltungen liegen. Für die weitere Vorgehensweise wurde ein Schaubild erstellt, welches die jeweiligen Handlungsempfehlungen nach Relevanz und Fristigkeit darstellt. Dieses soll der Frame Art GmbH einen Überblick über die empfohlene Umsetzung der Maßnahmen geben.



Abbildung 1: Darstellung des Planungshorizont

# BUSINESS CASE FRAME ART GMBH

## ZUM THEMA „ENTWICKLUNG EINES MARKETING-MIX FÜR DIE KUNSTGALERIE MIT WERKSTATT FRAME ART GMBH“

Projektteam

Felix Braun  
Nicolai Kownatzki  
Julian Wiethop

Projektkoordination

Michael Edelbüttel

Kontakt

E-Mail

Service Innovation Campus  
Kompetenzzentrum

smart-service-bw@htwg-konstanz.de  
sic.htwg-konstanz.de  
smart-service-bw.de

Ein Projekt von:



Unterstützt durch:



Baden-Württemberg  
MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND TOURISMUS