

KulturBetrieb

Magazin für innovative und wirtschaftliche Lösungen
in Museen, Bibliotheken und Archiven



25. Ausgabe KulturBetrieb

Ausstellen & Vermitteln Informationsträger Licht erläutert Exponate

Bewahren & Konservieren Plädoyer für Netzwerkarbeit

Management Widerstand gegen „Schmutziges Geld“ wächst

Personal & Service Arbeitszeit muss genau erfasst werden

Recht Wie weiter mit dem Recht am `Bild vom Bild`?

Riegel – KulturBewahren 2019 Verband der Restauratoren e.V. wird Preisträger

Sichern Museum setzt Technologie zur
Gesichtserkennung ein

Mobile Schlafkoje an besonderen Orten

Junges Unternehmen bietet Erlebnismächte in Kulturbetrieben

Die Nacht im Museum oder einer Bibliothek zu verbringen, zielt darauf, Freizeitvergnügen und Bildung zu verbinden. Eines der bekanntesten Events dieser Art ist das „Dino Snores for Grown-ups“ im Londoner Natural History Museum.¹ Nun stellt die sleeperoo GmbH mobile Schlafunterkünfte, sog. sleeperoos, für außergewöhnliche Indoor-Spots bereit.

Partnerschaftlicher Betrieb

Das Konzept umfasst die Lieferung der komfortablen Design|sleep Cubes, die Bewirtschaftung und die Vermarktung. Die Schlafkoje bietet Raum für zwei Erwachsene, auch mit Kind.



sleeperoo im phanTECHNIKUM in Wismar

© sleeperoo GmbH

Ausgestattet mit großer Matratze, Decken und Kissen aus nachhaltigen Materialien, wird der Cube im Steckbauprinzip auf- und abgebaut. Mit dabei: ein zuverlässiger Sicht- und Wetterschutz, eine stromsparende LED-Beleuchtung sowie eine Chillbox mit veganen Snacks und Getränken. Die Partnereinrichtungen halten eine Stellfläche von 2 x 3 m und eine Toilette mit Waschgelegenheit in fußläufiger Entfernung vor und kümmern sich um den Check-In der Gäste sowie den Wechsel der Bettwäsche. Kosten entstehen für die Betreiber keine. sleeperoo bewirbt den Spot via Content Marketing, Blogger Relations, PR und Präsenz in den Sozialen Medien. Torsten Schulze, Betriebsleiter des Erlebnismuseums Phänomenta in Lüdenscheid, empfiehlt sleeperoo: „Der organisatorische Aufwand während der Kooperation ist gering und für das Marketing ist die Kooperation ein großer Erfolg!“²

Weitere Informationen: www.sleeperoo.de

¹ Vgl. Berthold Schmitt, Übernachten im Museum. Von Massenunterkunft bis exklusiv, in vorliegender Ausgabe von *KulturBetrieb*.

² sleeperoo-Partner mit außergewöhnlichen Indoor-Spots werden!, Pressemitteilung sleeperoo GmbH.