Case Study

Escape2

Empresa
Kazdağı (IDA Mountains) Museum

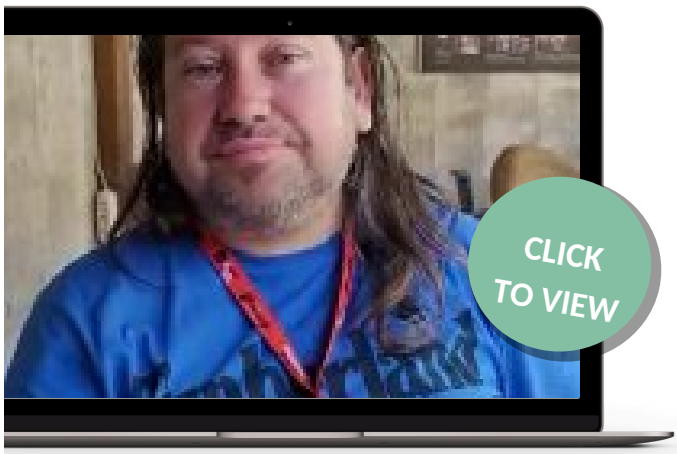
Persona de contacto
Uğur Bostancıoğlu

Email
info@kazdagımuzesi.com

Página Web

https://www.kazdagimuzesi.com/

El Museo Kazdağı (Montañas IDA) fue creado en noviembre de 2015 por los hermanos Uğur y Murat Bostancıoğlu, en memoria de su padre fallecido, Ali Bostancıoğlu. La galería tiene como objetivo informar, entretener y desarrollar a los visitantes de la región de Kazdağıinformar, mediante la exposición de objetos visuales, efímeros, fotografías y maquetas. Se trata de una iniciativa privada que sirve tanto de museo, como de cafetería y tienda, y permite ver la historia, la cultura y la naturaleza de los alrededores de Kazdağı en su conjunto.



Pero los Dioses no dan a la gente todo a la vez

.

HOMER

¿CÓMO ES DE INNOVADOR SU PRODUCTO O SERVICIO? ¿QUÉ VACÍO LLENA EN EL MERCADO?

Considero que nuestro producto y servicio son actuales e innovadores. Cuando digo innovador, puedo decir que nuestro museo se ha renovado constantemente desde su creación. Es un emprendimiento especial que hemos realizado en un entorno multitemático (mitología, arqueología, historia, situación geográfica, vegetación, cultura, turismo, arte, literatura y olivo) como Kazdağı.

Nos hemos convertido en un punto de parada para los que organizan viajes a Kazdağı, que crea la Kazdağı Memorabilia de los visitantes de los alrededores. Ahora nos llaman un centro cultural, no sólo un museo. Porque también acogemos muchos eventos culturales como firmas de libros, entrevistas, paneles y conciertos de música en nuestra sala interior/exterior para 40-50 personas. No hay otros museos de esta variedad a nuestro alrededor.

¿DE DÓNDE HA CONSEGUIDO LOS PRINCIPALES APOYOS Y RECURSOS?

(EJ: Subvenciones y otras ayudas)?

- Hemos financiado el capital monetario nosotros mismos con nuestro propio presupuesto. Nuestros propios ahorros lo permitieron, pero los artefactos históricos y algunas piezas especiales del interior se desarrollan día a día gracias a los coleccionistas y simpatizantes de los alrededores. En particular, los objetos arqueológicos pertenecientes a la colección de Özkan Arıkantürk que se exponen en el museo, el faetón con el que Mustafa Kemal Atatürk viajó a Edremit y la taza de café que bebió, regalados por la familia Arkök para que se expongan en nuestro museo, y algunos objetos especiales que fueron regalados al museo por los lugareños añaden significado y valor al museo.

¿QUÉ ÉXITO HA TENIDO?

Si el éxito se considera como el número de visitantes de un museo boutique, encontramos entre 20 y 25 mil visitantes anuales antes de que se afiliara al Ministerio de Cultura y cuando todavía era una galería antes de Covid-19. Gracias a medios sociales como Tripadvisor y Google, podemos llegar a un público aún más amplio con el apoyo de particulares. En cuanto al número de visitantes que se detiene un poco debido a la pandemia, nuestro objetivo este año es superar los 25 mil visitantes anuales. Se trata de un número de visitantes muy exitoso y bueno para este tipo de museo de distrito boutique.

Además, hemos sido incluidos en el proyecto del geoparque Ida Madra, que recibirá el título de segundo geoparque de Turquía registrado por la UNESCO (actualmente en fase de aprobación). En especial, el líder del proyecto, la Universidad de Balıkesir, el municipio metropolitano de Balıkesir, el Ministerio de Cultura y todos los municipios de los alrededores apoyan esta cuestión.

Haga click para escribir (2 columnas)

FUE EL ÉXITO RESULTADO DEL ITRABAJO INDIVIDUAL WORK O DE LA COLABORACIÓN (O DE AMBOS)?

Tenemos que decir ambas cosas. Nunca hemos visto este museo como una empresa comercial. Por supuesto, podemos obtener un beneficio (de nuestra tienda de regalos y de la cafetería del jardín) para el alquiler del edificio, la electricidad, los salarios de los empleados, etc. El museo tiene que vivir cubriendo esos gastos. Pero creo que siempre mantenemos esa línea fina y nítida. Porque somos conscientes de que perderemos esa textura mágica cuando la comprensión del comercio pase a primer plano. Los visitantes del museo nunca han sido clientes para nosotros, siempre son nuestros invitados. Creo que mi hermano y yo hemos acertado gracias a nuestras diferentes perspectivas. Como decimos, el agua fluye y encuentra su camino. También me preocupan las cualificaciones y los enfoques de nuestros empleados. Por eso, el personal que trabaja en el museo es muy importante para nosotros, ya que nos representa. El consejo que nos dio la fundadora del Museo Edremit Sıdıka Erke, la Sra. Ülker Erke, durante nuestra visita fue "No dejéis el museo vacío, permaneced siempre junto a él".

También hay un gran punto que no puedo pasar sin mencionar, si hay éxito: Nuestros académicos que han estado con nosotros desde el establecimiento del museo, los miembros de la Asociación Antandros, los jefes de distrito de los departamentos de turismo y cultura, el Museo Balıkesir Kuvayi Milliye al que estamos afiliados. Creemos que todos los guías turísticos en presencia de la Dirección de Parques Nacionales de Kazdağı, la Cámara de Guías de Çanakkale, el gerente y los miembros de TURSAB, la dirección del Geoparque de Ida Madra, los municipios metropolitanos de Edremit y Balıkesir, los gerentes de hoteles ambientales y las agencias de turismo son también socios de este éxito.

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

ARE THERE SOME ADDITIONAL THOUGHTS ABOUT YOUR MUSEUM?

The fact that we are open until 12:00 in the summer months enabled some of the people walking on the beach to come to our museum. At the same time, we have become a frequent destination for Kazdağı visitors. We can say that we are among the first places to visit in the region. In order to maintain this status, the awareness that information attracts attention has and allows us to keep ourselves and our museum alive and innovative.

¿Qué vacío en el mercado cubre este producto/servicio?

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union