

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung

Sabrina Helm, Andrea Hausmann

Kundenorientierung im Kulturbetrieb: Eine Einführung 13

B. Theoretischer Teil

Sophie Schulenburg

Die Rolle der Besucher und anderer Kunden für Kulturbetriebe

Am besonderen Beispiel des Theaters 31

Patrick Glogner, Armin Klein

Kulturprodukte und ihre differenzierte Verwendung

Empirische Befunde und offene Fragen 51

Sabine Fliess, Ole Wittko, Sarah Kudermann

Kundenintegration als Gestaltungsdimension in Kulturbetrieben 59

Klaus Backhaus, Holger Bonus

Wahre Kunst oder Ware Kunst

Zum Verhältnis von Kunst und Marketing 79

Andrea Hausmann

Kulturfinanzierung im Kontext der Besucherorientierung

von Kulturbetrieben 91

Paul Reichart

Von der Zielgruppe zur Zielperson – Strategien und operative
Maßnahmen im Database-Management und Direktmarketing für

Theater- und Konzertbetriebe 109

Thomas Platzek

Mystery Visitor-Management als Instrument zur Steigerung der

Besucherorientierung von Kulturbetrieben 129

Kristin Butzer-Strothmann

Verkaufsförderung im Kulturbereich 149

Sabrina Helm, Matthias Kuhl

Empfehlungsmarketing: Wirkungsweise und Einsatzmöglichkeiten

in Kulturbetrieben am Beispiel von Museen 171

<i>Julia Hilgers-Sekowsky</i> Besucherorientierung durch Marketing-Kooperationen von Museen	185
<i>Timm Krämer</i> „Ist der Parsifal zu lang?“ Zur Notwendigkeit eines besucherorientierten Umgangs öffentlicher Musiktheater mit ihrem jungen Publikum	203
<i>Geritt Brösel und Frank Keuper</i> „Welch` Name für`s Theater, wär`s ein Schiff? – Ist „Titanic“ nicht ein Begriff? – Zur Konkretisierung des Zielsystems öffentlicher Theater aus Kundensicht	207
C. Praktischer Teil	
<i>Thomas Heinze, Roswitha Heinze-Prause, Dagmar Kronberger-Hueffer</i> Besucherorientiertes Museumsmarketing am Beispiel des Eifelmuseums Blankenheim	227
<i>Matthias Almstedt, Jan Sellke</i> Kooperationen als Weg zu einem kundenorientierten Kulturprodukt. Das Kooperationskonzept des Stadttheaters Hildesheim	245
<i>Klaus Siebenhaar</i> „Why not“ oder Entrepreneurship im öffentlichen Kulturbetrieb als Grundlage eines besucher- und vermittlungsorientierten Museumsmanagement	259
<i>Christoph Nix</i> Der Zuschauer im Publikum – ratlos? Der Theatermacher in der Menge – sprachlos?	265