

# 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

*Julia Hilgers-Sekowsky*  
Besucherorientierung durch Marketing-Kooperationen von Museen ..... 185

*Timm Krämer*  
„Ist der Parsifal zu lang?“ Zur Notwendigkeit eines  
besucherorientierten Umgangs öffentlicher Musiktheater mit ihrem  
jungen Publikum ..... 203

*Geritt Brösel und Frank Keuper*  
„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**

*Thomas Heinze, Roswitha Heinze-Prause, Dagmar Kronberger-Hueffer*  
Besucherorientiertes Museumsmarketing am Beispiel des Eifelmuseums  
Blankenheim ..... 227

*Matthias Almstedt, Jan Sellke*  
Kooperationen als Weg zu einem kundenorientierten Kulturprodukt.  
Das Kooperationskonzept des Stadttheaters Hildesheim ..... 245

*Klaus Siebenhaar*  
„Why not“ oder Entrepreneurship im öffentlichen Kulturbetrieb  
als Grundlage eines besucher- und vermittlungsorientierten  
Museumsmanagement ..... 259

*Christoph Nix*  
Der Zuschauer im Publikum – ratlos?  
Der Theatermacher in der Menge – sprachlos? ..... 265