

Inhalt

<i>Vorwort</i>	<i>9</i>
<i>Was ist Kunstmarketing?</i>	<i>11</i>
<i>Christo - Ein Beispiel für erfolgreiche Medien- und Marketingarbeit ..</i>	<i>17</i>
<i>Medienarbeit für Künstler</i>	<i>21</i>
<i>Wenn Medienarbeit schief geht</i>	<i>31</i>
<i>Direktmarketing für Künstler.....</i>	<i>35</i>
<i>Geheime Verführung - Kunst-Placement</i>	<i>41</i>
<i>Typologie eines fiktiven Kunstsammlers</i>	<i>45</i>
<i>Informationsbeschaffung.....</i>	<i>49</i>
<i>Adressen</i>	<i>55</i>
<i>Literaturempfehlungen</i>	<i>69</i>
<i>Kritik.....</i>	<i>75</i>
<i>Personen- und Stichwortverzeichnis</i>	<i>76</i>