

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

Armin Klein

Innovatives Kulturmarketing 11

Plenumsvorträge

Armin Klein

Besucherorientierung und Besucherbindung im Kulturbetrieb 23

François Colbert

Marketing und Konsumentenverhalten im Bereich Kunst 40

Bernd Feldmann

Modernes Opernmarketing am Beispiel der Bayerischen Staatsoper 54

Elisa Bortoluzzi Dubach

Kultursponsoring heute und morgen:

Sind wir unterwegs zur Public Private Partnership? 60

Lothar Meyer-Mertel

Kooperatives Marketing

Bündelung von Tourismus-, Standort- und Kulturmarketing

in Weimar nach dem Kulturstadtjahr 1999 – Ein Arbeitsbericht 71

Dan J. Martin

Kulturmarketing und neue Technologien 88

Sektion: Marketing im Museum / in Ausstellungen*Petra Schuck-Wersig*

Museen und Marketing in den USA 107

Fausto De Lorenzo

Marketingmix der Fondation Beyeler 119

Gabriele König

Marketingstrategien der Kinder-Akademie Fulda 125

Stefanie Roth

Alles und Nichts

Die Leiden und Freuden einer Marketingverantwortlichen
eines deutschen Museums 134**Sektion: Marketing im Theater***Barbara Müller-Wesemann*

Marketing im Theater – Möglichkeiten und Grenzen 147

Juliane Votteler

Die Kunst liegt im Detail – Über die Genauigkeit der Arbeit..... 163

Annette Boegl

Verjüngungskur für hehre Dichter

Integrierte Kommunikation am Beispiel der

11. Internationalen Schillertage am Nationaltheater Mannheim 170

Reinhard Simon

Die Uckermärkischen Bühnen Schwedt (ubs.)

Ein funktionierendes Theater- und Kulturzentrum im

Nordosten Brandenburgs

Vom „Gemischtwarenladen“ zum „Schwedter Modell“ 178

Sektion: Marketing im Musikbetrieb

Tobias Schmutz

Erst die Pflicht und dann die Kür: Marketing im Musikbetrieb 195

Peter Conzelmann

Marketing im Musikbetrieb

Das Leitbild – Mittel und Weg der Kommunikation für Kulturorganisationen. 209

Christof Hartmann

Marketing im Musikbetrieb – Die Regensburger Domspatzen 219

Andreas Eckel

Festivalmarketing am Beispiel des Rheingau Musik Festivals 231

Sektion: Marketing in der Kulturellen Bildung/Soziokultur

Stephan Bock

Marketing in der Soziokultur und Bildungsarbeit 241

Ingrid Schöll

Der Preis des Profils. Marketingüberlegungen an Volkshochschulen. 259

Wolfgang Reuther

Marketingkonzepte der Stadtbibliothek Gütersloh

Strategien im Wandel 275

Erich W. Hacker

Innovation Schloss Kapfenburg

Internationale Musikschulakademie – Kulturzentrum

Grundzüge eines erfolgreichen Marketings 294

Anhang

Biografische Notizen zu den Autoren 309