

BIRGIT MANDEL

Interkulturelles Audience Development

**Zukunftsstrategien
für öffentlich geförderte
Kultureinrichtungen
(unter Mitarbeit von Melanie Redlberger)**

[transcript]

INHALT

| | |
|--|-----|
| EIN NEUES HINSCHAUEN AUF DIE KUNST? | 7 |
| ULLA HARTING, GABRIELA SCHMITT | |
| INTERKULTURELLES AUDIENCE DEVELOPMENT ALS MARKETINGSTRATEGIE UND VERÄNDERUNGSPROZESS ÖFFENTLICH GEFÖRDERTER KULTURINSTITUTIONEN | |
| Begrifflichkeiten und Ziele | 11 |
| BIRGIT MANDEL | |
| DAS KULTURPUBLIKUM – ERKENNTNISSE DER KULTURNUTZERFORSCHUNG | 19 |
| BIRGIT MANDEL | |
| PROJEKTE ZUM INTERKULTURELLEN AUDIENCE DEVELOPMENT IN SIEBEN KULTURINSTITUTIONEN IN NRW | |
| Ihre Ziele, Zielgruppen, Vorgehensweisen und Wirkungen | 45 |
| BIRGIT MANDEL, MELANIE REDLBERGER | |
| STRATEGIEN UND MASSNAHMEN DES INTERKULTURELLEN AUDIENCE DEVELOPMENTS | 97 |
| BIRGIT MANDEL | |
| WISSEN ÜBER AKTUELLES UND POTENTIELLES PUBLIKUM GENERIEREN | |
| Praxisnahe Methoden der Publikumsforschung | 163 |
| RICHARD KOCH, THOMAS RENZ | |
| »(W)ER GEHÖRT ZU MIR ...?« | |
| Erfahrungen zur Umsetzung von Lebensweltforschung auf Basis der Sinusmilieus in ein interkulturelles Audience Development | 191 |
| KLAUS GERHARDS | |
| KULTURPOLITISCHE STRATEGIEN FÜR INTERKULTURELLE CHANGE-MANAGEMENT-PROZESSE | |
| Beispiele aus Großbritannien und den Niederlanden | 203 |
| MELANIE REDLBERGER | |

| | |
|---|------------|
| ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN AUS DEN ERGEBNISSEN DER WISSENSCHAFTLICHEN BEGLEITUNG DER INTERKULTURELLEN PROJEKTE | 229 |
| BIRGIT MANDEL | |
| LITERATUR | 245 |
| AUTORINNEN UND AUTOREN | 253 |