

Inhaltsverzeichnis

Teil 1: Grundlagen des Kulturmarketing	1
1 Einleitung	3
<i>Armin Klein</i>	
2 Grundlagen des Kulturmarketing	7
<i>Armin Klein</i>	
3 Das Kulturpublikum.....	23
<i>Patrick S. Föhl</i>	
4 Instrumente der Besucherforschung	49
<i>Patrick Glogner-Pilz</i>	
5 Besucherorientierung und Besucherbindung.....	73
<i>Markus Lutz</i>	
6 Der strategische Kulturmarketing-Managementprozess	97
<i>Armin Klein</i>	
7 Klassische Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit (PR)	113
<i>Ekkehard Jürgens</i>	
8 Online-Kulturmarketing und Social Media	141
<i>Simon A. Frank</i>	
9 Ticketing	167
<i>Rainer Glaap</i>	
10 Evaluation im Kulturmarketing	187
<i>Nora Wegner</i>	
11 Audience Development.....	201
<i>Birgit Mandel</i>	
Teil 2: Kulturmarketing in einzelnen Sparten	215
12 Theatermarketing	217
<i>Andrea Hausmann</i>	
13 Musicalmarketing	235
<i>Bettina Rothaermel</i>	
14 Orchestermarketing	261
<i>Thomas Schmidt-Ott</i>	
15 Museumsmarketing	289
<i>Kristiane Janeke</i>	

VIII Inhaltsverzeichnis

16	Bibliotheksmarketing	317
	<i>Hannelore Vogt</i>	
17	Medienmarketing	333
	<i>Thomas Breyer-Mayländer</i>	
18	Marketing an Volkshochschulen.....	359
	<i>Wilhelm F. Lang</i>	
19	Marketing in der Soziokultur	375
	<i>Stephan Bock/Cornelia Lüddemann</i>	
20	Kulturtourismusmarketing	393
	<i>Yvonne Pröbstle</i>	
	Biographische Angaben zu den Autorinnen und Autoren	415