

Kompendium Kulturmarketing

Handbuch für Studium und Praxis

von

Prof. Dr. Armin Klein, Yvonne Pröbstle, Wilhelm F. Lang, Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer, Thomas Schmitt-Ott, Stefan Bock, Simon A. Frank, Rainer Glaap, Patrick Glogner, Patrick Föhl, Nora Wegner, Markus Lutz, Kristiane Janeke, Hannelore Vogt, Ekkehard Jürgens, Cornelia Lüddemann, Birgit Mandel, Bettina Rothärmel, Andrea Hausmann

1. Auflage

[Kompendium Kulturmarketing – Klein / Pröbstle / Lang / et al.](#)

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](#) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

[Marketing, Handelsmanagement](#) – [Marketing, Medien und Handel](#)

Verlag Franz Vahlen München 2011

Verlag Franz Vahlen im Internet:

www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 3886 4

beck-shop.de

Klein (Hrsg.)
Kompendium Kulturmarketing

beck-shop.de

beck-shop.de

Kompendium Kulturmarketing

Handbuch für Studium und Praxis

Herausgegeben von

Prof. Dr. Armin Klein

Verlag Franz Vahlen München

beck-shop.de

VERLAG
VAHLEN
MÜNCHEN
www.vahlen.de

Bildnachweise:

Pavel Losevsky – Fotolia.com
ernstboese – Fotolia.com
dancerP & AF Hair ernstboese – Fotolia.com
Lucky Daragon ernstboese – Fotolia.com
Hochland – photocase.com
ina' 'mija – photocase.com
dexter – photocase.com

ISBN 978 3 8006 3886 4

© 2011 Verlag Franz Vahlen GmbH
Wilhelmstr. 9, 80801 München
Satz: Fotosatz H. Buck, Kumhausen
Druck und Bindung: Druckhaus „Thomas Müntzer“ GmbH
Neustädter Str. 1–4, 99947 Bad Langensalza
Umschlaggestaltung: simmel-artwork
Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

beck-shop.de

für Gudrun

beck-shop.de

beck-shop.de

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> | |

| | | |
|----|---|-----|
| 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 |