

Matthias Dreyer und Rolf Wiese (Hrsg.)

Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden.

Ehestorf 2004

Inhalt

Zur Notwendigkeit und zum Grundansatz zielgruppenorientierten Museumsmanagements

Klaus Siebenhaar

Der Besucher - das begehrte Wesen. Möglichkeiten und Strategien
einer zielgruppenorientierten wie zielgruppenspezifischen Ansprache
im Museumsbereich

Anja Dauschek

Zielgruppen erkennen, Zielgruppen definieren:
Marktanalysen für Museen in Theorie und Praxis

Ruth Staudenmayer

Die strategische Perspektive: Zielgruppenorientiertes
Museumsmanagement

Mechthild Bertram

Blick über den Tellerrand: Zielgruppenanalyse und Kundentypologien
als strategisches Instrument in der Designentwicklung

Almut Grüner

Konzepte zur Integration: Zielgruppenorientiertes Management an
englischen Museen

Sheila Watson

Museums and social inclusion: managing consultation with
specific target groups: a British case study

Ausgewählte Einzelaspekte zielgruppenorientierten Museumsmanagements

Oliver Rump

Preispolitik und Zielgruppenorientierung von Museen

Inhalt

Carsten Grube

„Permission Marketing“: Zielgruppenansprache von Museen
mit den „Neuen Medien“ 113

Melanie Koehler

„Museumsbesucher der Zukunft in der Gegenwart“.
Die Zielgruppe der Kinder von drei bis acht Jahren am Beispiel
der Dauerausstellung im Deutschen Museum: Das Kinderreich 129

Margot Reinig

„Kinder sind unsere Gegenwart!“
Kinder als Zielgruppe von Museen 137

Guido Faßbender, Mona Schieren

Von der Kunst der Aneignung zur Aneignung von Kunst.
Junge Leute im Museum 145

Wiebke Ahrndt, Dieter Pley

„Die Vielseitigen“: Familien als Zielgruppen von Museen 155

Matthias Dreyer, Rolf Wiese

Demographischer Wandel und die Folgen für Museen 163

Inken Bößert

Tourismus - ein museales Kernsegment 181

Veröffentlichungen

des Freilichtmuseums am Kiekeberg 193