

| | |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr. | UNINA9910367586403321 |
| Titolo | Besucher zu Stammgästen machen! : Neue und kreative Wege zur Besucherbindung / Bernd Günter, Hartmut John |
| Pubbl/distr/stampa | Bielefeld, : transcript Verlag, 2015 2015, c2000 |
| ISBN | 9783839400579 3839400570 |
| Edizione | [1st ed.] |
| Descrizione fisica | 1 online resource (132) |
| Collana | Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement |
| Classificazione | AK 86700 |
| Disciplina | 025/.00285 |
| Soggetti | Museum Cultural Management Kulturmanagement Museumsmanagement Museum Management Kulturmarketing Cultural Marketing |
| Lingua di pubblicazione | Tedesco |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Nota di contenuto | Frontmatter 1 Inhalt 5 Einföhrung 7 Event-Marketing im Rheinischen Freilichtmuseum und Landesmuseum für Volkskunde Kommern 13 Das Programm der Kunst- und Ausstellungshalle zwischen Bildungsauftrag und Besucherquote 25 Kundenbindungsprogramme am Beispiel der Galeria Kaufhof Warenhaus AG 41 Der Besucher als Berater 49 Was behindert und was eröffnet Wege zu Besucherbindung und Besucherintegration? 67 Brückenschlag zwischen Museen und ihren Besuchern mittels Vorab-Evaluation 79 Sorry is not enough 95 Partnerschaft mit dem Besucher als strukturelles Element der Museumsarbeit 107 Autoren 129 Backmatter 132 |
| Sommario/riassunto | Mit dem vorliegenden Band wollen die Herausgeber der in Deutschland nur zögerlich in Gang kommenden Diskussion um Methoden und Strategien der Besucherbindung im Museum neue Impulse geben. |

Hierdurch soll das in vielen Museen im deutschsprachigen Raum bislang noch unausgeschöpfte Potential für Besucherintegration und Besucherbindung erschlossen werden. Wie die vorgelegte Publikation dokumentiert, gibt es sowohl in den Museen als auch in der Wirtschaft vielfältige, zum Teil langjährige Praxiserfahrung zu dem Thema Besucher- bzw. Kundenbindung. Für die Leser des Bandes wird der gut gefüllte und praktisch erprobte »Instrumentenkasten«, den die moderne Betriebswirtschaftslehre zu dem Problem der Kundenbindung bereitstellt, geöffnet und die Lösungen mit Bezugnahme auf Museen und andere Kulturinstitutionen vorgestellt.

»Die Aufgaben des Museums sind breitgefächert: Sammeln, Bewahren, Erforschen, Vermitteln. Will das Museum kein verstaubter Ort bleiben (bzw. werden), ein Platz der Kommunikation, der Begegnung, des lustvollen Lernens über die Vergangenheit und die Gegenwart, dann muss es sich den Besuchern mehr als bisher zuwenden. Der vorliegende Band bildet die beste Grundlage dafür.«

»Der Tagungsband gibt einen guten Einblick in die vielfältigen Instrumentarien, welche die Betriebswirtschaftslehre mittlerweile zur Verfügung stellt, um auch kulturellen Institutionen ein modernes Management zu ermöglichen. Es äußern sich Museumsmenschen aus der Praxis, die mit anschaulichen Beispielen aus dem Museumsalltag die Möglichkeiten der Besucherbindung aufzeigen. Das grundlegende Problem blitzt jedoch in den verschiedenen Beiträgen immer wieder auf: Die Besucherbindung wandelt auf dem schmalen Grad zwischen › Total Customer Care‹ und der Tatsache, daß Museen nicht ausschließlich bedarfsdeckende Servicebetriebe sind. Nichtsdestotrotz gibt der Band Anstöße zu einer wichtigen Diskussion um Methoden und Strategien der Besucherbindung, die vor allem in Deutschland noch völlig in den Anfängen steckt.«

Besprochen in: VL Museen, 11 (2000), Günter Riederer
