

1. Record Nr.	UNINA9910483927503321
Autore	Schößler Tom
Titolo	Preispolitik für Theater : Strategische Preisgestaltung zwischen Einnahmesteigerung und öffentlichem Auftrag / / von Tom Schößler
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer VS, , 2016
ISBN	3-658-14613-3
Edizione	[1st ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (XX, 317 S. 10 Abb.)
Disciplina	306
Soggetti	Management Cultural studies Theater Cultural Management Cultural Studies Theatre and Performance Studies
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	"Research"--Cover.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Grundlagen der Preispolitik im Kulturmarketing -- Empirische Befunde aus dem öffentlichen Theaterbetrieb -- Preisstrategien für höhere Eintrittseinnahmen -- Empfehlungen für die Theaterpraxis.
Sommario/riassunto	Tom Schößler zeigt, dass öffentliche Theater ihre Einnahmen durch verbesserte Preisgestaltung erhöhen können, ohne Besucher auszuschließen. Dafür sind bewehrte Strategien wie die Preisdifferenzierung als auch neuere Modelle wie Revenue Management und Dynamic Pricing einsetzbar. Der Autor legt damit erste Antworten zu einer im Kulturmanagement bisher kaum beleuchteten Frage vor: Wie können öffentliche Kulturbetriebe gleichzeitig Einnahmepotenziale nutzen und ihrem kulturpolitischen Auftrag gerecht werden? Neben theoretischen Grundlagen werden mithilfe statistischer Datenanalysen und Experteninterviews empirische Befunde geliefert und daraus konkrete Empfehlungen für die Theaterpraxis abgeleitet. Der Inhalt Grundlagen der Preispolitik im Kulturmarketing Empirische Befunde aus dem öffentlichen Theaterbetrieb Preisstrategien für höhere Eintrittseinnahmen Empfehlungen für die Theaterpraxis Die

Zielgruppen Dozierende und Studierende der Kultur- und Theaterwissenschaften mit Schwerpunkt Kulturmanagement Fach und Führungskräfte in Vertrieb und Marketing von Theatern, Orchestern und anderen Veranstaltungsbetrieben Der Autor Dr. Tom Schößler ist Kulturmanager und Betriebswirt, Verwaltungsleiter am Theaterhaus Stuttgart und Dozent für Kulturmarketing und Kulturfinanzierung, u.a. am Institut für Kulturmanagement Ludwigsburg.
