

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 9

*Anja Dauschek*

Zielgruppen erkennen, Zielgruppen definieren: Marktanalysen für Museen in Theorie und Praxis 21

*Ruth Staudenmayer*

Die strategische Perspektive: Zielgruppenorientiertes Museumsmanagement 39

*Mechthild Bertram*

Blick über den Tellerrand: Zielgruppenanalyse und Kundentypologien als strategisches Instrument in der Designentwicklung 55

*Almut Grüner*

Konzepte zur Integration: Zielgruppenorientiertes Management an englischen Museen 63

*Sheila Watson*

Museums and social inclusion: managing consultation with specific target groups: a British case study 85

### **Ausgewählte Einzelaspekte zielgruppenorientierten Museumsmanagements**

*Oliver Rump*

Preispolitik und Zielgruppenorientierung von Museen 99

---

<i>Carsten Grube</i> „Permission Marketing“: Zielgruppenansprache von Museen mit den „Neuen Medien“	113
<i>Melanie Koehler</i> „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
<i>Margot Reinig</i> „Kinder sind unsere Gegenwart!“ Kinder als Zielgruppe von Museen	137
<i>Guido Faßbender, Mona Schieren</i> Von der Kunst der Aneignung zur Aneignung von Kunst. Junge Leute im Museum	145
<i>Wiebke Ahrndt, Dieter Pleyn</i> „Die Vielseitigen“: Familien als Zielgruppen von Museen	155
<i>Matthias Dreyer, Rolf Wiese</i> Demographischer Wandel und die Folgen für Museen	163
<i>Inken Bößert</i> Tourismus - ein museales Kernsegment	181
Veröffentlichungen des Freilichtmuseums am Kiekeberg	193