

Inhalt

BERND GÜNTER / HARTMUT JOHN

Einführung 7

DIETER PESCH

**Event-Marketing im Rheinischen Freilichtmuseum
und Landesmuseum für Volkskunde Kommern** 13

Eine Marketingstudie zur Besucherbindung

MAJA MAJER-WALLAT

**Das Programm der Kunst- und Ausstellungshalle
zwischen Bildungsauftrag und Besucherquote** 25

JOHANNES WERNER

**Kundenbindungsprogramme am Beispiel der
Galeria Kaufhof Warenhaus AG** 41

JAN SAS

Der Besucher als Berater 49

BERND GÜNTER

**Was behindert und was eröffnet Wege zu
Besucherbindung und Besucherintegration?** 67

PATRICIA MUNRO	
Brückenschlag zwischen Museen und ihren Besuchern mittels Vorab-Evaluation	79
<hr/>	
RICK VERCAUTEREN	
Sorry is not enough	95
Besucherbindung durch Beschwerde-Management	
<hr/>	
BEATE HOBEIN	
Partnerschaft mit dem Besucher als strukturelles Element der Museumsarbeit	107
<hr/>	
Autoren	129
<hr/>	