

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