



MARKETING

## **Forschungsarbeiten und Publikationen zum Kulturmanagement, insbesondere Theater- und Museums-Marketing**

Stand: Januar 2013

### **Prof. Dr. Bernd Günter**

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf  
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät  
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbes. Marketing  
Universitätsstraße 1  
40225 Düsseldorf

Tel.: +49 (211) – 81-15216, Fax: +49 (211) – 81-15226

**e-mail:** [guenter@uni-duesseldorf.de](mailto:guenter@uni-duesseldorf.de)

Günter, Bernd

**Alle zufrieden?! Besucherorientierung fängt beim Mitarbeiter an**

in: Hausmann, Andrea / Murzik, Laura (Hrsg.): Erfolgsfaktor Mitarbeiter  
Wiesbaden 2012, S. 185-195

Günter, Bernd / Hausmann, Andrea

**Kulturmarketing 2.Auflage**

Wiesbaden 2012

Günter, Bernd

**Kulturbetrieb™ – Qualitätssicherung durch Markenbildung?**

in: Hausmann, Andrea / Murzik, Laura (Hrsg.): Neue Impulse im Kulturtourismus, Wiesbaden  
2011, S. 35-47

Günter, Bernd:

**Woher nehmen...?**

in: das Orchester, 11/2011, S. 34-35.

Günter, Bernd

**Marketing-Controlling in Kulturbetrieben – Defizite und Anforderungen**

in: Kajüter, Peter / Mindermann, Torsten / Winkler, Carsten (Hrsg.): Controlling und  
Rechnungslegung, Stuttgart 2011, S. 37-48

Günter, Bernd/Schumann, Geraldine

**Das Sommerticket in der SCHIRN KUNSTHALLE FRANKFURT – Ergebnisse einer  
empirischen Untersuchung im Rahmen der Ausstellung „ZELLULOID. FILM OHNE  
KAMERA“**

Arbeitsbericht des Lehrstuhls für BWL, insb. Marketing der Heinrich-Heine-Universität  
Düsseldorf, Düsseldorf 2010

Günter, Bernd / Müller, Nadine / Schumann, Geraldine

**Weiterempfehlungsverhalten von Museumsbesuchern – Ergebnisse einer empirischen  
Untersuchung**

Arbeitsbericht des Lehrstuhls für BWL, insb. Marketing der Heinrich-Heine-Universität  
Düsseldorf in Zusammenarbeit mit dem Clemens-Sels-Museum in Neuss, Düsseldorf 2010

Müller, Nadine

**Kunst & Marketing: Selbstvermarktung von Künstlern der Düsseldorfer Malerschule  
und das Düsseldorfer Vermarktungssystem 1826-1860**

Regensburg 2010 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf)

Günter, Bernd/Hausmann, Andrea

**Kulturmarketing**

Wiesbaden 2009

Günter, Bernd

**Die Interessen des Museums können nicht die Interessen sein, die seine Nutzer  
haben – Qualitätsmanagement in Museen aus der Sicht eines Betriebswirtes**

in: Dreyer Matthias / Wiese, Rolf (Hrsg.): Qualität, Güte, Wertschätzung. Worauf Museen  
achten müssen, Schriften des Freilichtmuseums Kiekeberg, Bd. 62, Ehestorf 2008,  
S. 167-172

Müller, Uta

**Informationsverhalten beim Kauf von Unterhaltungsdienstleistungen – Eine Analyse am Beispiel von Circusunternehmen**

Marburg 2008 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf)

John, Hartmut / Günter, Bernd (Hrsg.)

**Das Museum als Marke – Branding als strategisches Managementinstrument für Museen**

Bielefeld 2008

Laukner, Tanja

**Besucherbindung im Museumsmanagement. Die Bindungs-„Klebstoffe“ bei Kunstmuseen**

Marburg 2008 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf)

Günter, Bernd / Laukner, Tanja

**Was Museumspublikum zum Wiederholbesuch motiviert – Die Klebstoffe der Besucherbindung, in Kunstmuseen untersucht**

in: Museumskunde, Band 73, 1/2008

Fesel, Bernd / Rolfes, Ludger

**Freundeskreise an Kunstmuseen: Ein ungehobenes Potential?! – Ergebnisse einer ersten Vollerhebung in Deutschland**

in: Museumskunde, Band 73, 2/2008

Rohde, Thomas

**Museumsmarke und Markenpersönlichkeit**

Marburg 2007 (zugleich Diss. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf)

Hausmann, Andrea / Helm, Sabrina (Hrsg.)

**Kundenorientierung im Kulturbetrieb. Grundlagen – Innovative Konzepte – Praktische Umsetzungen**

Festschrift zum 60. Geburtstag von Bernd Günter, Wiesbaden 2006

Günter, Bernd

**Besuchersforschung im Kulturbereich. Kritische Anmerkungen und Anregungen**

in: Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.): publikum.macht.kultur. Dokumentation des Dritten Kulturpolitischen Bundeskongresses Berlin 2005, Bonn 2006, S. 174-180

Günter, Bernd / Hausmann, Andrea

**Marketing-Konzeptionen für Museen**

Lehrtext, Weiterbildendes Studium Museumsmanagement der FernUniversität Hagen, Hagen 2005

Schulenburg, Sophie

**Museumsshops als Marketinginstrument für Museen – Eine Bestandsaufnahme**

in: museum aktuell, Nr. 112, Februar 2005, S. 26-27

Günter, Bernd

**Benchmarking in und für Museen – Aufriss, Leitlinien und Forderungen**

in: museumskunde, Band 69, 1/2004, S. 14-21

Günter, Bernd / Graf, Bernhard (Hrsg.)

**Museumsshops – Ein Marketinginstrument**

Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde, Nr. 28, Berlin 2004

Schulenburg, Sophie

**Bestandsaufnahme**

in: Günter, Bernd / Graf, Bernhard (Hrsg.): Museumsshops – Ein Marketinginstrument, Mitteilungen und Berichte aus dem Institut für Museumskunde, Nr. 28, Berlin 2004, S. 28-118.

Günter, Bernd / ARTAMIS

**Kern und Schale – Museumsarchitektur aus Besuchersicht**

in: museumskunde, Band 68, 2/2003, S. 90-95

Günter, Bernd

**Benchmarking und Museumsmanagement**

in: John, Hartmut (Hrsg.): Vergleichen lohnt sich – Benchmarking als effektives Instrument des Museumsmanagements, Bielefeld 2003, S. 35-45

Günter, Bernd

**Kundenwert – Mehr als nur Erlös**

in: Günter, Bernd / Helm, Sabrina (Hrsg.): Kundenwert, 2. Aufl. Wiesbaden 2003, S. 213-233

Günter, Bernd

**Junges Publikum gewinnen und binden – Zentrale Herausforderung für das Kultur-Marketing**

Textfassung des Vortrags im Rahmen der Tagung „Cool – Kult – Kunst?! Jugendliche als Kulturpublikum“ der Stiftung Kunst und Kultur des Landes NRW in Kooperation mit dem Kulturrat NRW, Düsseldorf 2002

Günter, Bernd

**Theater als Trend?! Wie man bei der Jugend ankommt... oder auch nicht**

in: Die Deutsche Bühne, 73. Jg. 1/2002, S. 14-17

Günter, Bernd / Baisch, Axel

**Wie es auch anders geht**

in: Die Deutsche Bühne, 73. Jg. 3/2002, S. 46-47

Günter, Bernd / Hausmann, Andrea

**Zur Entwicklung des Kunstmarktes – Thesen aus der Sicht des Marketing**

in: Meyer, Jörn-Axel / Even, Ralf (Hrsg.): Die Zukunft des Kunstmarktes – Zu Sinn und Wegen des Managements für Kunst, Lohmar/Köln 2002, S. 115-125

Günter, Bernd

**2001 – Odyssee im Kunstraum. Die Irrfahrten des Theatermarketings**

in: Die Deutsche Bühne, 72. Jg. 7/2001, S. 22-25

Günter, Bernd

**Kulturmarketing**

in: Tscheulin, Dieter K. / Helmig, Bernd (Hrsg.): Branchenspezifische Besonderheiten des Marketing, Wiesbaden 2001, S. 331-349

Hausmann, Andrea

**Besucherorientierung von Museen unter Einsatz des Benchmarking**

Bielefeld 2001

Butzer-Strothmann, Kristin / Günter, Bernd / Degen, Horst

**Leitfaden zur Durchführung von Besucheranalysen für Theater und Orchester**

Baden-Baden 2001

ARTAMIS Kulturmanagement AG unter Leitung von Univ.-Prof. Dr. Bernd Günter

**Eintritt frei in Museen? Chancen, Risiken und Alternativen aus der Sicht des Museums-Marketing**

in: museumskunde, Bd. 66, 1/2001, S. 123-127

Günter, Bernd / Hausmann, Andrea (Hrsg.)

**Das Museum als besucherorientierter Dienstleistungsbetrieb**

Textsammlung, FernUniversität-Gesamthochschule in Hagen, Weiterbildendes Studium „Museumsmanagement“ in Kooperation mit der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Hagen 2001

Bolwin Rolf / Günter, Bernd

**Besucheranalysen in Theatern und Orchestern – Ein Leitfaden zur Selbsthilfe**

in: Werner Heinrichs / Armin Klein (Hrsg.): Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 1999, Band 3, Baden-Baden 2000, S. 117-122

Günter, Bernd

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

in: Günter, Bernd / John, Hartmut (Hrsg.): Besucher zu Stammgästen machen! Bielefeld 2000, S. 67-77

Günter, Bernd / John, Hartmut (Hrsg.)

**Besucher zu Stammgästen machen! Neue und kreative Wege zur Besucherbindung**

Bielefeld 2000

Günter, Bernd

**Integration von Museumsshops in das Marketingkonzept von Museen**

in: John, Hartmut (Hrsg.): Shops und kommerzielle Warenangebote. Publikumsorientierte Instrumente zur Steigerung der Museumsattraktivität, Bielefeld 2000, S. 69-78

Günter, Bernd

**Marketing für Bibliotheken: Können wir uns mehr Nutzerorientierung leisten?**

in: Niggemann, Elisabeth u.a. (Hrsg.): Controlling und Marketing in wissenschaftlichen Bibliotheken (COMBI), Band 3, Düsseldorf 1999, S. 9-17

Breuer, Sabine Gabriele

**Stärken-Schwächen-Analyse der Kulturangebote im Kreis Mettmann („Neanderland“)**

Teil 1 und Teil 2 (unveröffentlichte Studie, Düsseldorf 1999)

Günter, Bernd

**Schlanke Instrumente für mehr Besucherorientierung – Eine Herausforderung für Theater**

in: Nix, Christoph / Engert, Klaus / Donau, Udo (Hrsg.): Das Theater & der Markt, Edition Theater und Kritik 2, Gießen 1999, S. 110-155

Günter, Bernd

**Risiken und Nebenwirkungen**

in: Die Deutsche Bühne, 70. Jg. 9/1999, S. 22-25 („zum Sponsoring“)

Hausmann, Andrea

**Museum stores in German museums**

in: Museum & Industries, August 1999, S. 7

Günter, Bernd

**Landmarken der Evolution – (K)ein anderes Freilichtmuseum**

in: inform, Museen im Rheinland, 2/1998, S. 35-37

Günter, Bernd

**Besucherorientierung: eine Herausforderung für Museen und Ausstellungen**

in: Scher, Anna Marita (Hrsg.): (Umwelt)-Ausstellungen und ihre Wirkung, Schriftenreihe des Staatlichen Museum für Naturkunde- und Vorgeschichte, Tagung vom 29.-31.01.1998 in Oldenburg, 7/1998, S. 51-55

Günter, Bernd

**Die Internet-Präsentation eines Theaters – Ein Anforderungskatalog für Inhalte und Form des Auftrittes auf der Datenautobahn**

unveröffentlichtes Arbeitspapier, Düsseldorf 1998

Günter, Bernd / Hausmann, Andrea / Schlei, Jochen

**Das Rheinische Landesmuseum Bonn und seine Besucher auf dem Weg ins neue Jahrtausend**

Ergebnisbericht zur Besucherbefragung 1997. (Unveröffentlichte Studie, Düsseldorf 1998)

Günter, Bernd

**Wozu braucht ein Museum Besucher?**

in: Treff, Hans-Albert (Hrsg.): Museen unter Rentabilitätsdruck: Engpässe-Sackgassen-Auswege, München 1998, S. 67-75

Günter, Bernd

**Soll das Theater sich zu Markte tragen?**

in: Die Deutsche Bühne, 69. Jg. 5/1998, S. 14-20

Helm, Sabrina / Klar, Susanne

**Untersuchungen und Maßnahmen zu mehr Besucherorientierung**

Ergebnisse der Besucherbefragung des Rheinischen Freilichtmuseums und Landesmuseums für Volkskunde Kommern, Arbeitsberichte zum Projekt Museumsmarketing des Rheinischen Freilichtmuseums und Landesmuseums für Volkskunde Kommern, Nr. 5, Kommern/Düsseldorf. (Unveröffentlichte Studie, Kommern/Düsseldorf 1997)

Scherf, Bianca

**Umwegrentabilität als Marketing-Argument – Ökonomische Effekte privater Kulturveranstaltungen**

in: Düsseldorfer Schriften zum Marketing (hrsg. von Prof. Dr. Bernd Günter), Nr. 4, Düsseldorf 1997

Hausmann, Andrea / Günter, Bernd

**Auf dem Weg zum „gläsernen Besucher“**

Projektbericht zu den Ergebnissen der Besucherbefragung 1997 im Neanderthal Museum, Mettmann (unveröffentlichte Studie, Düsseldorf 1997), in: Düsseldorfer Uni-Zeitung, Jg. 25, 5/1996, S. 15

Helm, Sabrina / Klar, Susanne

**Kaufverhalten von Besuchern**

Ergebnisse der Besucherbefragung des Rheinischen Freilichtmuseums und Landesmuseums für Volkskunde Kommern, Arbeitsberichte zum Projekt Museumsmarketing des Rheinischen Freilichtmuseums und Landesmuseums für Volkskunde Kommern, Nr. 3, Kommern/Düsseldorf. (Unveröffentlichte Studie, Kommern/Düsseldorf 1996)

Helm, Sabrina / Klar, Susanne

**Events und Museumsbesuch**

Ergebnisse der Besucherbefragung des Rheinischen Freilichtmuseums und Landesmuseums für Volkskunde Kommern, Arbeitsberichte zum Projekt Museumsmarketing des Rheinischen Freilichtmuseums und Landesmuseums für Volkskunde Kommern, Nr. 4, Kommern/Düsseldorf. (Unveröffentlichte Studie, Kommern/Düsseldorf 1996)

Günter, Bernd

**Museum und Publikum: Wieviel und welche Form der Besucherorientierung benötigen Museen heute?**

in: Landschaftsverband Rheinland; Rheinisches Archiv- und Museumsamt (Hrsg.): Das besucherorientierte Museum, Köln, S.11-18

Günter, Bernd

**Besucherorientierung und -bindung – Der Weg dorthin ist noch weit**

in: inform, Museen im Rheinland, 2/1997, S. 8-9

Günter, Bernd / Hausmann, Andrea

**Museumsmangement als übergreifende Arbeitsform**

Teilgutachten zum Projekt „Museumsmangement“ des Deutschen Museumsbundes. Unveröffentlichtes Gutachten, Düsseldorf 1996.

Helm, Sabrina / Klar, Susanne

**Analyse von Besucherstruktur und Besucherzufriedenheit**

Ergebnisse der Besucherbefragung des Rheinischen Freilichtmuseums und Landesmuseums für Volkskunde Kommern, Arbeitsberichte zum Projekt Museumsmarketing des Rheinischen Freilichtmuseums und Landesmuseums für Volkskunde Kommern, Nr. 1, Kommern/Düsseldorf 1996. (Unveröffentlichte Studie, Kommern/Düsseldorf)

Helm, Sabrina / Klar, Susanne

**Barrieren des Museumsbesuchs**

Ergebnisse der Besucherbefragung des Rheinischen Freilichtmuseums und Landesmuseums für Volkskunde Kommern, Arbeitsberichte zum Projekt Museumsmarketing des Rheinischen Freilichtmuseums und Landesmuseums für Volkskunde Kommern, Nr. 2, Kommern/Düsseldorf 1996. (Unveröffentlichte Studie, Kommern/Düsseldorf)

Günter, Bernd

**Museums-Marketing? Marketing für Museen!**

in: Düsseldorfer Uni-Zeitung, Jg. 25 5/1996, S. 15

Günter, Bernd

**Was ihr wollt ...?!**

in: Düsseldorfer Uni-Zeitung, Jg. 25 3/1996, S. 14-15

Hausmann, Andrea / Günter, Bernd

**Besuchernutzen und Besucherpräferenzen – Conjoint-Analyse bei potentiellen Besuchern des Nationalparkzentrums Wilhelmshaven „Das Wattenmeerhaus“**

Unveröffentlichte Studie, Wilhelmshaven 1996

Hausmann, Andrea / Günter, Bernd

**Stärken-Schwächen-Analyse APX/RMX – Analyse der Erfolgspotentiale und der Defizite des Archäologischen Parks Xanten und des Regionalmuseums Xanten**

Unveröffentlichte Studie, Xanten 1996

Günter, Bernd / Strothmann, Kristin-Henrike

**Präferenzanalyse von potentiellen Besuchern des in der Entstehung befindlichen Neanderthal Museums**

Unveröffentlichte Studie, Düsseldorf 1995

Günter, Bernd / Strothmann, Kristin-Henrike

**Befragung von potentiellen Besuchern des in der Entstehung befindlichen Neanderthal Museums**

Bericht zum Projekt „Museums-Marketing“, Sommer 1995, Unveröffentlichte Studie/Präferenzanalyse, Düsseldorf

Günter, Bernd / Kuhl, Matthias / Strothmann, Kristin-Henrike

**Ergebnisse einer Befragung von Nicht-Besuchern des Düsseldorfer Schauspielhauses**

Unveröffentlichte Studie, Düsseldorf 1994

Günter, Bernd

**Student und Kultur – Symptome des Wertewandels?**

in: Düsseldorfer Uni-Zeitung, Jg. 22 2/1993 S. 14

Günter, Bernd

**Mit Marketing aus der Theaterkrise**

in: Absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing, 36. Jg., Sonderausgabe, Oktober 1993, S. 56-63.

Günter, Bernd / Strothmann, Kristin-Henrike

**Besucher- und Nichtbesucher-Befragung des Düsseldorfer Schauspielhauses**

Unveröffentlichte Studentenbefragung, Düsseldorf 1993