



MARKETING

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

Stand: November 2012

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

Günter, Bernd/Hausmann, Andrea:
Kulturmarketing,
 2., überarb. und erw. 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 Auftritts 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

Museumsmanagement als übergreifende Arbeitsform

Teilgutachten zum Projekt „Museumsmanagement“ 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 Studentenforschung, Düsseldorf 1993