

**BIRGIT MANDEL**

# **Interkulturelles Audience Development**

**Zukunftsstrategien  
für öffentlich geförderte  
Kultureinrichtungen  
(unter Mitarbeit von Melanie Redlberger)**

**[transcript]**

# INHALT

<b>EIN NEUES HINSCHAUEN AUF DIE KUNST? ULLA HARTING, GABRIELA SCHMITT</b>	<b>7</b>
<b>INTERKULTURELLES AUDIENCE DEVELOPMENT ALS MARKETINGSTRATEGIE UND VERÄNDERUNGSPROZESS ÖFFENTLICH GEFÖRDERTER KULTURINSTITUTIONEN Begrifflichkeiten und Ziele BIRGIT MANDEL</b>	<b>11</b>
<b>DAS KULTURPUBLIKUM – ERKENNTNISSE DER KULTURNUTZERFORSCHUNG BIRGIT MANDEL</b>	<b>19</b>
<b>PROJEKTE ZUM INTERKULTURELLEN AUDIENCE DEVELOPMENT IN SIEBEN KULTURINSTITUTIONEN IN NRW Ihre Ziele, Zielgruppen, Vorgehensweisen und Wirkungen BIRGIT MANDEL, MELANIE REDLBERGER</b>	<b>45</b>
<b>STRATEGIEN UND MASSNAHMEN DES INTERKULTURELLEN AUDIENCE DEVELOPMENTS BIRGIT MANDEL</b>	<b>97</b>
<b>WISSEN OBER AKTUELLES UND POTENTIELLES PUBLIKUM GENERIEREN Praxisnahe Methoden der Publikumsforschung RICHARD KOCH, THOMAS RENZ</b>	<b>163</b>
<b>»(W)ER GEHÖRT ZU MIR ...?« Erfahrungen zur Umsetzung von Lebensweltforschung auf Basis der Sinusmilieus in ein interkulturelles Audience Development KLAUS GERHARDS</b>	<b>191</b>
<b>KULTURPOLITISCHE STRATEGIEN FÜR INTERKULTURELLE CHANGE-MANAGEMENT-PROZESSE Beispiele aus Großbritannien und den Niederlanden MELANIE REDLBERGER</b>	<b>203</b>

<b>ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN AUS DEN ERGEBNISSEN DER WISSENSCHAFTLICHEN BEGLEITUNG DER INTERKULTURELLEN PROJEKTE BIRGIT MANDEL</b>	<b>229</b>
<b>LITERATUR</b>	<b>245</b>
<b>AUTORINNEN UND AUTOREN</b>	<b>253</b>