

Vorwort

Die Großausstellungen haben die engen Grenzen zwischen „Kunst und Kommerz“ aufgelöst. Besucherzahlen, Medieninteresse und Ausstellungsbudgets erreichen neue Dimensionen. Die Kunstaussstellung wird so zum Wirtschaftsfaktor, der Erwartungen weckt. Gleichzeitig müssen sich Ausstellungen gegenüber anderen Freizeitangeboten in der Gunst des Publikums und der Förderer behaupten. Neue Herausforderungen entstehen und das Ausstellungsmanagement muß entsprechenden professionell reagieren. Marketing bietet eine Perspektive für die erfolgreiche Planung, Realisierung und Kontrolle einer Ausstellung. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, Grundlagen für ein Ausstellungsmarketing zu erarbeiten. Darüber hinaus zielt die Arbeit auf eine empirisch und theoretisch fundierte Analyse der Erfolgsdeterminanten einer Ausstellung. Darauf aufbauend werden Handlungsempfehlungen für das Ausstellungsmarketing abgeleitet.

Die Bearbeitung dieses Untersuchungsfeldes war nur mit der Unterstützung zahlreicher Personen möglich. An dieser Stelle möchte ich mich bei den Teilnehmern der Expertenbefragung bedanken. Sie haben durch die intensiven Gespräch viel zum Gelingen der Arbeit beigetragen und mir viele Ideen und Anregungen geliefert. Mein ganz besonderer Dank gilt meinem akademischen Lehrer und Doktorvater Herrn Prof. Dr. Günter Silberer. Er hat mir wesentliche Impulse für die vorliegende Arbeit gegeben und diese in allen Phasen verständnisvoll, geduldig und konstruktiv gefördert. Weiterhin danke ich Herrn PD Dr. Hans-Jürgen Geßner für die Übernahme des Zweitgutachtens. Die anregenden Gespräche und die verständnisvolle Unterstützung führten zu vielen positiven Akzenten für die Arbeit.

Die Erstellung einer Dissertation ist ohne die Motivation und Hilfestellung von Freunden nicht möglich. Aus diesem Grund möchte ich mich ganz herzlich bei Herrn Dipl.-Kfm. Markus Keller, Herrn Dr. Oliver Rengelshausen und Herrn Dr. Jens Marquardt für die kritische Durchsicht der Manuskripte und tatkräftige Unterstützung bei der Korrektur der verschiedenen „Versionen“ bedanken.

Bernd-Holger Köppler