

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Hinführung	2
1.2	Relevanz der Thematik	4
1.3	Grundlegende Terminologie	6
1.4	Management	8
2	Ziele	13
2.1	Ziele und Zielsetzung	14
2.2	Zielgruppen	21
2.3	Zielgruppenziele	26
2.4	Modell der Zielgruppenziele	28
3	Case Studie	33
3.1	Zielgruppenorientierte Ticketpreis-Gestaltung	33
3.2	Zielgruppenziele bewusst nicht berücksichtigen – vorerst	35
3.3	Konferenz der dualen Partner an einer Hochschule	38
3.4	Innovationswerkstatt	40
4	Schlussbetrachtung	43
	Literatur	47