

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XV
TABELLENVERZEICHNIS	XVIII
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	XX
A EINFÜHRUNG.....	1
1 AUSGANGSLAGE UND THEMATISCHE RELEVANZ.....	1
1.1 Situation öffentlicher Theaterbetriebe in Deutschland	1
1.2 Bedeutung der systematischen Rückgewinnung von Kunden für Unternehmen	6
1.3 Rückgewinnungsmanagement in öffentlichen Theaterbetrieben – wissenschaftliche und praktische Relevanz	10
2 ZIELSETZUNG UND AUFBAU DER ARBEIT	13
2.1 Zielsetzung	13
2.2 Aufbau der Arbeit	15
B KONZEPTIONELLE UND DEFINITORISCHE GRUNDLAGEN.....	19
1 ÖFFENTLICHE THEATERBETRIEBE IN DEUTSCHLAND ALS UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND.....	19
1.1 Überblick über das deutsche Theatersystem und wesentliche Abgrenzungen	19
1.2 Öffentliche Theater als Nonprofit-Betriebe	26
1.2.1 Ansatz zur Erklärung öffentlicher Förderung	26
1.2.2 Charakteristische Merkmale öffentlicher Theaterbetriebe	30
1.3 Theaterleistung.....	40
1.3.1 Angebot	40
1.3.1.1 Bestandteile und Zusammensetzung	40
1.3.1.2 Theaterleistung als Dienstleistung.....	43

1.3.2	Nachfrage	51
1.3.2.1	Zusammensetzung des Theaterpublikums	51
1.3.2.2	Besuchersegmente	54
1.3.2.2.1	Abgrenzung	54
1.3.2.2.2	Freier Verkauf/„normaler“ Theaterbesuch	55
1.3.2.2.3	Abonnement	58
1.3.2.2.4	Besucherorganisation	61
1.4.	Wettbewerbssituation: Abgrenzung des relevanten Markts	64
1.5	Marketing in öffentlichen Theaterbetrieben	68
1.5.1	Verständnis und Bedeutung	68
1.5.2	Gegenstand und Anwendung	71
1.6	Zusammenfassende Bewertung	72
2	RÜCKGEWINNUNGSMANAGEMENT	73
2.1	Einordnung und Abgrenzung des Rückgewinnungsmanagements im Kontext des Kundenmanagements	73
2.2	Überblick über das Forschungsgebiet und aktueller Stand	79
2.3	Begriffliche und inhaltliche Definitionen	86
2.3.1	Rückgewinnungsmanagement	86
2.3.2	Kundenabwanderung	91
2.3.2.1	Allgemein	91
2.3.2.2	Kriterien zur Abwanderungsbestimmung	94
2.3.2.2.1	Art der Geschäftsbeziehung	95
2.3.2.2.2	Vertriebsweg	98
2.3.2.2.3	Charakteristika der Abwanderung	100
2.4	Ziele des Rückgewinnungsmanagements	104
2.5	Managementprozess als konzeptionelle Grundlage des Rückgewinnungsmanagements	108
2.5.1	Allgemeiner Überblick	108

2.5.2	Prozessphasen.....	111
2.5.2.1	Abwanderungsanalyse.....	111
2.5.2.2	Rückgewinnungsaktivitäten.....	116
2.5.2.3	Rückgewinnungscontrolling.....	119
2.5.3	Interne Voraussetzungen für die Implementierung.....	120
2.6	Status quo des Rückgewinnungsmanagements in der Praxis	122
3	KONZEPTIONELLER BEZUGSRAHMEN	124
C	GENERELLE RELEVANZ DES RÜCKGEWINNUNGS- MANAGEMENTS FÜR DEN ÖFFENTLICHEN THEATER- SEKTOR	129
1	BEURTEILUNG AUS THEORETISCHER SICHT	129
1.1	Profitabilitätsziel	129
1.2	Kommunikationsziel	132
1.3	Informationsziel	133
2	BEURTEILUNG AUS SICHT DER PRAXIS: EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG.....	136
2.1	Ausgangslage und Zielsetzung	136
2.2	Durchführung der Untersuchung	136
2.3	Ergebnisse	138
3	ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG	142
D	VORAUSSETZUNGEN FÜR EINE ERFOLGREICHE RÜCK- GEWINNUNG ABGEWANDERTER THEATERBESUCHER	144
1	IDENTIFIKATION DER ABWANDERUNG.....	144
1.1	Ausgangslage	144
1.2	Abwanderungsumfang	145
1.3	Besuchersegmentspezifische Abwanderungsbestimmung	147
1.3.1	Nicht-formalisierte Geschäftsbeziehung: „normaler“ Theaterbesuch.....	147
1.3.1.1	Auswahl eines Indikators.....	148
1.3.1.2	Bestimmung des Indikators	150

1.3.1.3	Identifikation des Besuchers.....	155
1.3.2	Formalisierte Geschäftsbeziehung: Abonnement	157
1.3.3	Indirekter Vertrieb: Mitgliedschaft in Besucherorganisationen ..	160
1.3.4	Zusammenfassung.....	162
1.4	Exkurs: Empirische Studie zu Kündigungsquoten von Abonnements an öffentlichen Theaterbetrieben	164
2	ANALYSE DER ABWANDERUNGSGRÜNDE: EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG.....	166
2.1	Allgemeine Ausgangslage der Untersuchung	167
2.2	Zielsetzung der Untersuchung	169
2.3	Klassifizierungsansatz als Ausgangspunkt	170
2.4	Annahmen zu Abwanderungsgründen von Theaterbesuchern	173
2.4.1	Vorüberlegung zur Vorgehensweise	173
2.4.2	Nachfrageentscheidung bei Theaterbesuchern als Grundlage	174
2.4.2.1	Motive für den Theaterbesuch.....	174
2.4.2.2	Einflussfaktoren des Theaterbesuchs	179
2.4.2.3	Entscheidungsprozess	185
2.4.2.4	Wiederholung der Nachfrage.....	186
2.4.3	Ursachenkatalog für die Abwanderung.....	188
2.4.3.1	Allgemeine Gründe.....	188
2.4.3.2	Spezielle Gründe bei Abonnements	200
2.4.4	Auftreten kombinierter Abwanderungsursachen	202
2.5	Untersuchungsdesign	203
2.5.1	Grundlage der Datenerhebung: Auswahl der Stichprobe	203
2.5.2	Vorgehensweise und Methodik der Datenerhebung	206
2.5.2.1	Grundlegender Ansatz	206
2.5.2.2	Konkrete Erhebungsmethodik und Befragungsform.....	207
2.5.2.3	Durchführung der Erhebung.....	211
2.5.2.4	Exkurs: Standardisierte Fragestellungen	213

XIII

2.5.3	Vorgehensweise und Methodik der Datenanalyse	213
2.5.4	Überprüfung der Vorgehensweise anhand von Gütekriterien	221
2.5.4.1	Vorbemerkung	221
2.5.4.2	Beurteilung der Validität	224
2.5.4.3	Beurteilung der Reliabilität	227
2.5.4.4	Beurteilung der Repräsentativität	229
2.6	Untersuchungsergebnisse	231
2.6.1	Bestätigung eines Nachfragerückgangs	231
2.6.2	Bestätigung der Abwanderungsgründe	233
2.6.3	Kategorienzuordnung	234
2.7	Weitere Erkenntnisse und Implikationen für die Praxis	236
3	AUSWAHL DER ZURÜCKZUGEWINNENDEN BESUCHER	239
3.1	Rückgewinnungsertrag als Bewertungsgrundlage	239
3.2	Ermittlung der Rückgewinnungswahrscheinlichkeit	242
3.2.1	Allgemeine Vorgehensweise	242
3.2.2	Bestimmung für Theaterbesucher	245
3.3	Ermittlung der Kundenattraktivität	247
3.3.1	Bestimmungsfaktoren	248
3.3.2	Bewertungsziel im Rückgewinnungsmanagement	249
3.3.3	Ausgewählte Bewertungsansätze	249
3.3.3.1	Darstellung	250
3.3.3.2	Beurteilung in Bezug auf die Bewertung abgewanderter Theaterbesucher	261
3.3.4	Bewertung abgewanderter Theaterbesucher	263
3.3.4.1	Auswahl und Gewichtung relevanter Bewertungskriterien ..	263
3.3.4.2	Festlegung von Messvorschriften und Beurteilungsskala	273
3.4	Zusammenfassende Bewertung	278
4	ERGEBNISSE	278

E	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR RÜCKGEWINNUNGSAKTIVITÄTEN	281
1	RÜCKGEWINNUNGSDIALOG	281
1.1	Vorüberlegungen zur Kommunikationsform	281
1.2	Konkrete Ausgestaltung	283
2	RÜCKGEWINNUNGSMAßNAHMEN	288
2.1	Grundlegende Handlungsoptionen	289
2.1.1	Strategien	289
2.1.2	Instrumente	293
2.1.2.1	Vorbemerkung	293
2.1.2.2	Individuelle Ausgestaltung	294
2.2	Maßnahmen in Abhängigkeit der Abwanderungsgründe	298
2.2.1	Ursachenkategorien als Ausgangspunkt	298
2.2.2	Konkrete Ausgestaltung	299
2.2.3	Berücksichtigung kombinierter Abwanderungsursachen	309
2.3	Rückgewinnungsintensität	309
2.4	Rückgewinnungszeitpunkt	311
3	ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG	314
F	SCHLUSSBETRACHTUNG	315
1	ZUSAMMENFASSUNG UND BEWERTUNG ZENTRALER ERKENNTNISSE	315
2	GRENZEN DER WISSENSCHAFTLICHEN BEARBEITUNG UND ZUKÜNFTIGE FORSCHUNGSFELDER	317
3	AUSBlick UND STELLUNGNAHME	319
	ANHANG	323
	LITERATURVERZEICHNIS	344