

# Inhalt

- 9 Vorwort
- 
- I. Geschichte**
- Auftrag Publikum – Konstellationen,  
Herausforderungen, Beziehungsentwicklung**
- 12 Zuvor
- 14 Von Anbeginn: Begegnungsraum, Interaktion, Rezeption, Wirkung
- 17 „Schuster bleib bei deinen Leisten“ und „How To Look“: Prämissen und Grundkonstellationen einer Beziehungsgestaltung und „Formfindung“
- 25 Das „gebundene“ Publikum: Griechische Antike und Mittelalter
- 31 „Brot und Spiele“: das gefesselte und enthemmte Publikum des römischen Imperiums
- 33 Das „geteilte“ Publikum: vom Marktplatz zur stehenden Bühne und dem „Großen Welttheater“
- 40 Das „ästhetische Publikum“ der Moderne
- 54 Das engagierte und kultivierte Publikum: Mäzene, Stifter und Freunde
- 58 Das organisierte Publikum: „Die Kunst dem Volke“
- 63 Das „homogene Weltstadtpublikum“
- 71 Das eingebundene Publikum: von der Betrachter- zur Ereignisästhetik im 20. Jahrhundert

- 84 Das „erfahrene“ Publikum: visuelle Dokumentation, Typologie und Empirie
- 106 Das erwünschte Publikum
- 

## **II. Gegenwart**

### **Der Hochkulturbetrieb zwischen Ereignisästhetik und Audience Development**

- 110 Zuvor
- 114 Transformation leben. Zum notwendigen Zusammenhang von Kontinuitäts- und Innovationskultur
- 129 Die kuratierte Kultur. Szenarien einer ereignisästhetischen Stadtkultur
- 142 Neues aus der Alten Welt. Strategische und konzeptionelle Publikumsentwicklung im Hochkulturbereich heute
- 172 Der mündige Besucher. Aspekte kultureller Kommunikation im Kunstbetrieb
- 198 „Conduct Us!“. Der klassische Musikbetrieb zwischen Organisationswandel, Ereignisästhetik und Audience Development
- 216 Auftrag Publikum und „die Alternative, die Kunst immer darstellt“. Perspektiven der Hochkultur in einem veränderten Umfeld

---

## **III. Zukunft**

### **Der Auftrag Publikum – Perspektivwechsel und neue Räume**

- 224 Zuvor
- 232 „Erkenne die Lage, gehe von deinen Beständen aus, nicht von deinen Parolen“: Status, Strategie, Aussichten

- 245 Immersion, Einbildungskraft und Kognition: Besuchererfahrung in hybriden und virtuellen Kunsträumen
- 249 Wirkungsstudie Real-In
- 251 Die künstlerischen Kollektive
- 255 Wege zur Immersion: ästhetische und soziale Wirkungsaspekte
- 261 Immersion, Einbildungskraft und Kognition – eine vorläufige Bilanz
- 264 Der „Große Sprung“: Stadtkulturen, Creative Cities, kuratierte Städte und kulturelle Ökosysteme. Horizonterweiterungen des Hochkulturbetriebs
- 264 Der Diskurs der modernen Stadt
- 268 Creative Cities und Erlebnisästhetik
- 270 Kulturpolitik und öffentliches Interesse
- 271 Kunst als Öffentlichkeit: Städte „kuratieren“ und „ausstellen“
- 279 Kulturelle Ökosysteme: theoretisch und praktisch
- 
- 294 Anmerkungen und Abbildungsnachweis
- 313 Zum Autor