

# 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
<hr/>	
294	Anmerkungen und Abbildungsnachweis
313	Zum Autor