

Inhalt

7 1 | Einleitung

13 2 | Das Problem

17 2.1 Um wen es geht

18 2.2 Die Sicht der Chöre

21 3 | Hindernisse überwinden

24 3.1 Falsche Vorstellungen der potenziellen Mitglieder

26 3.2 Organisation optimieren

34 3.3 Musikalische Gestaltung

37 4 | Der Chor als Dienstleister

40 4.1 Was ist ein Sing-Dienstleister?

43 4.2 Das Chorprofil

54 4.3. Zielgruppen definieren

69 4.4 Zielgruppen ansprechen

80 4.5 Formen des gemeinsamen Singens

91 5 | Exkurs: Passive Mitglieder

97 6 | Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

100 6.1 Kommunikationskanäle

108 6.2 Chöre auf die Straße

113 7 | Exkurs: Chorverbände als Dienstleister

119 8 | Und das Publikum?

125 9 | Beispiele

127 9.1 Männergesangverein

131 9.2 Blasmusikverein

137 10 | Schlusswort

141 Quellen