

# 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 Männergesangsverein

**131** 9.2 Blasmusikverein

**137 10 | Schlusswort**

**141 Quellen**