

Vorwort

Veranlasst durch den gesamtgesellschaftlichen Wandel und damit einhergehender Herausforderungen sind öffentliche Opernhäuser seit den 1990er Jahren verstärkt dazu angehalten, sich um die Bedürfnisse ihrer Besucher und den Aufbau und die Pflege von stabilen Beziehungen zu bemühen. Vor diesem Hintergrund ist auch die Besucherbindung in den letzten Jahren zunehmend in den Fokus von Forschung und Praxis gerückt. Hierbei ist allerdings der Blick auf den Anbieter und die Instrumente der Besucherbindung bisher weiter verbreitet als die Sichtweise der Besucher. Eine Auseinandersetzung mit der Besucherbindung und ihren Einflussfaktoren im Rahmen einer besucherbezogenen Perspektive erfolgt bislang kaum. Letztlich ist es aber alleine der Besucher, der darüber entscheidet, ob er die Geschäftsbeziehung zu einem Opernhaus aufrechterhält oder nicht. Im Fokus dieser Arbeit steht daher die Betrachtung der Besucherbindung aus Besuchersicht. Das Forschungsinteresse gilt dem Bindungsverhalten von Opernbesuchern und der Erklärung verschiedener Verhaltensvoraussetzungen. Im Zentrum steht die Frage: Was ist es, das Besucher an ein bestimmtes Opernhaus bindet – was ist der Kitt, der Klebstoff in der Beziehung zwischen einem Opernhaus und seiner Kundschaft? (vgl. Günter 2000: 68). Mittels eines differenzierten, theoretischen und empirischen Forschungsansatzes soll ein Beitrag zur Aufdeckung und Systematisierung von Wiederbesuchsgründen aus Besuchersicht und ihren dahinter stehenden Einflussfaktoren sowie zur Charakterisierung von Wiederbesuchern geleistet werden, mit dem Ziel, den Verantwortlichen in den Opernhäusern im Sinne einer anwendungsorientierten Forschung aufschlussreiche Informationen und einen Orientierungsrahmen für die Gestaltung ihres Besucherbindungsmanagements an die Hand zu geben (vgl. hierzu auch Föhl 2010: 4).

Ohne die stete Unterstützung, die mir von vielen Seiten entgegengebracht wurde, wäre die vorliegende Arbeit nicht in der Form und dem zeitlichen Rahmen zur Vollendung gelangt. Mein Dank gilt besonders meinem Doktorvater und Mentor Prof. Dr. Armin Klein, der mir diese Dissertation am Institut für Kulturmanagement der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg ermöglichte und mich während des gesamten Erstellungsprozesses fundiert und konstruktiv beraten hat sowie hilfreiche Anregungen gab. Herzlich sei an dieser Stelle auch Prof. Dr. Bernd Günter (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf) gedankt, der sich trotz

seiner arbeitsreichen Tätigkeit als Dekan und Lehrstuhlinhaber zur Übernahme des Zweitgutachtens bereit erklärte und mich von Anfang an wie einen seiner eigenen Doktoranden am Lehrstuhl aufnahm und betreute. Große Unterstützung erfuhr ich auch seitens der wissenschaftlichen Mitarbeiter des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing der Heinrich-Heine-Universität, die mir die Möglichkeit einräumten, an ihren Doktorandenkolloquien teilzunehmen und dabei einen kritischen Reflexions- und Diskussionsrahmen boten. Ebenso danke ich meinen Doktorandenkollegen am Institut für Kulturmanagement für den Austausch und wichtige Impulse zu meiner Arbeit. Dank gebührt auch all den Kolleginnen und Kollegen der in dieser Arbeit betrachteten Opernhäuser, die mir durch ihre tatkräftige Hilfe erst ermöglichten, meine empirischen Erhebungen erfolgreich durchzuführen. Namentlich seien erwähnt: Martin Künanz, Anna Kleeblatt, Barbara Kern, Matthias Forster, Bruni Marx und Rosemarie Fasbender. Auch meinen Vorgesetzten an der Deutschen Oper Berlin Dr. Axel Baisch und Thomas Fehrle möchte ich für ihr Verständnis und die gewährten Freiräume zur Verfassung der Dissertation danken. Ebenso danke ich meinen lieben Kollegen Marion Mair, Ute Behrmann, Dr. Matthias Rädcl und Nicole Sachse-Handke für das konstruktive Feedback zu meiner Arbeit aus der Praxis. Für die Unterstützung bei den mathematisch-statistischen Analysen der Fragebogenergebnisse mittels des Statistikprogramms Stata gebührt mein besonderer Dank Herrn Dipl.-Volkswirt Christoph Skupnik, akademischer Mitarbeiter am Lehrstuhl für Finanzwissenschaft mit dem Schwerpunkt Internationale Finanzpolitik an der Freien Universität Berlin. Meinem freundschaftlich verbundenen Kollegen Tobias Werner, Betriebsdirektor an der Oper Köln, habe ich für das kritische Gegenlesen der vorliegenden Dissertation zu danken. Gedankt sei auch meinem Freund Dr. Patrick S. Föhl, der den Fortgang der Arbeit mit Anregungen, Hinweisen und aufmunternden Worten unterstützte. Großer Dank gebührt schließlich meiner Partnerin Doreen Habicht, die neben der Übernahme der akribischen Abschlusskorrektur im Zuge des mehrjährigen Erstellungsprozesses der Arbeit stets Verständnis aufbrachte und auf deren Unterstützung ich immer zählen konnte. Meine Eltern, Else und Werner Lutz, haben mir eine akademische Ausbildung ermöglicht und mich auf meinem bisherigen Lebensweg tatkräftig unterstützt. Ich bin ihnen dafür aus tiefstem Herzen dankbar. Ihnen soll die vorliegende Arbeit gewidmet sein. Schließlich sei all denen ein Dank ausgesprochen, die nicht namentlich Erwähnung fanden, aber zum Gelingen der Arbeit beigetragen haben.

Berlin, im Juni 2012

Markus Lutz

Besucherbindung im Opernbetrieb

Theoretische Grundlagen, empirische Untersuchungen
und praktische Implikationen

Lutz, M.

2013, XXIV, 528 S. 41 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-02111-5