

Inhalt

HARTMUT JOHN	
Vorwort	11
HANS WALTER HÜTTER	
Merchandising als Bestandteil eines integrierten Museumskonzeptes	15
Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland	
EVA HOFFMEISTER	
Museumsläden in NRW	31
Praktische Organisation und Marketingkennzahlen	
BRIGITTE VOSWINKEL	
Erfolgreiche Museumsshops	59
Anmerkungen zu Management und Produktentwicklung	
BERND GÜNTER	
Integration von Museumsshops in das Marketing- konzept von Museen	69
CLAUS PETER PITHAN	
Steuerpflicht für Museumsshops	79

ANTONIUS J. DOMMERS

**Organisations- und Trägerschaftsmodelle
für Museumsshops**

93

Formen betriebswirtschaftlicher Ausgliederung

GABRIELE UELSBERG

**Der Museumsshop in Trägerschaft eines
Fördervereins**

103

ULRICH LÖBER

Die GmbH als Museumsshop-Betreiber

111

Autoren

127

Bildnachweis

129

Beiträge

