

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 UELSERG	
Der Museumsshop in Trägerschaft eines	
Fördervereins	103
ULRICH LÖBER	
Die GmbH als Museumsshop-Betreiber	111
Autoren	127
Bildnachweis	129

Beiträge

